

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

مشاوره بهترین انتخاب است

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل دارای مجوز فعالیت

مشاوره  
اعتبار استنادی داخلی  
ضمانتنامه بانکی  
ارزان قیمت تسهیلات

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰۰ | www.bpi.ir | @bankpasargad

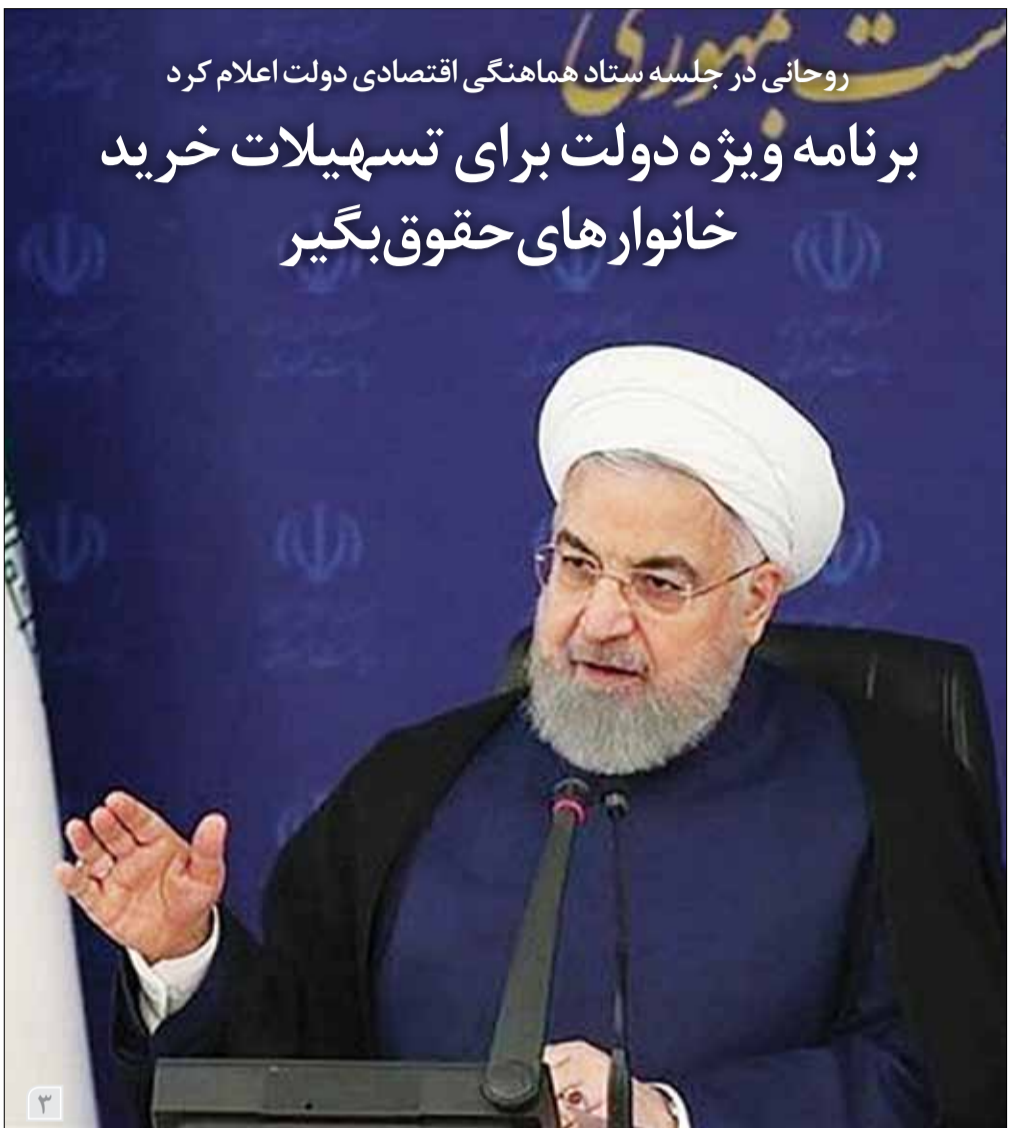
## یادداشت

### پیامد شرایط بازار سهام بر افشار جامعه

حسن خوشپور  
کارشناس اسبق سازمان برنامه و بودجه

شاخص بورس در شش ماهه گذشته رشدی بی سابقه، بی نظیر و استثنایی را تجربه کرده است، به گونه‌ای که در تلقی جامعه، خرید و فروش سهام و سهامداری نه به نوعی سرمایه‌گذاری برای کسب سود، بلکه به ابزاری برای حفظ ارزش پول و ثروت نقدی مردم تبدیل شده است. تعداد سهامداران بورسی به شدت افزایش یافته و از کمتر از ۳ میلیون در چند سال قبل به بیش از ۱۱ میلیون نفر رسیده است و از این مهم‌تر، کیفیت سهامداران جدید است که ناشناختی با بازار سهام و ادبیات سهامداری و صرفه و صلاح خود، مشخصه و وجه مشترک آنهاست. مردم برای اینکه از صدمات سنگین افزایش شدید سطح عمومی قیمت‌ها در کشور مصون بمانند نه با هدف سرمایه‌گذاری به بازار سهام روی آورده‌اند. شاخص کل بازار از رقم ۴۰۰ هزار واحد در ماه‌های پایانی سال ۱۳۹۸ به رقم یک میلیون و ۷۰۰ هزار واحد در نیمه تیرماه ۱۳۹۹ رسیده است، در حالی که مجموعه کسب و کار، تولید و فعالیت‌های اقتصادی کشور در حالت رکود قرار دارد.

شاخص مهم نسبت متوسط قیمت سهام به درآمدهای حاصل از آن از رقم هفت برابر در چند ماه گذشته به رقم نزدیک به ۴۰ برابر در حال حاضر رسیده و این...



## روحانی در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت اعلام کرد برنامه ویژه دولت برای تسهیلات خرید خانوارهای حقوق‌بگیر

آیا نقدینگی دلیل رشد مداوم تورم است؟

## مناقشه رشد نقدینگی

میانگین نرخ تورم بلندمدت ایران نزدیک به ۲۰ درصد است و این در حالی است که میانگین نرخ تورم جهان حدود ۲.۴ درصد برآورد می‌شود، به طوری که بیشتر کشورهای دنیا موفق به کنترل تورم خود شده‌اند. مرکز آمار ایران روز گذشته تورم مردادماه امسال را ۲.۵۸ درصد اعلام کرد که نسبت به ماه قبل ۲ درصد کمتر شده است. البته افشار مردم به این عدد با دیده تردید نگاه می‌کنند و معتقدند میزان تورم بالاتر است، همان‌طور که گزارش بانک مرکزی از تورم سال ۹۸ نشان می‌دهد جامعه ایرانی در این سال درگیر تورم بالای ۴۱ درصد بوده است. فشار گرانی‌های مداوم موجب شده قدرت خرید شهروندان به یک سوم کاهش پیدا کند و بخشی از کالاهای مصرفی از سفره معیشت آنها حذف شود. کارشناسان، مهمترین دلیل رشد مدام تورم و بیشتر شدن خط فقر را رشد نقدینگی می‌دانند که به جای حرکت به سمت تولید، سر از بازارهای غیرمولد درآورده است.

طبق گفته بانک مرکزی، حجم نقدینگی در سه ماهه امسال بیش از ۲۴۵۱ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به پایان سال گذشته ۷.۳ درصد رشد کرده است. به گزارش اتاق تهران، اگر نقدینگی در مسیر تولید قرار بگیرد باعث رونق اقتصادی می‌شود، اما در غیر این صورت تورم به دنبال خواهد داشت؛ همان اتفاقی که در اقتصاد ایران رخ داده است و پول‌های سرگردان مردم با حرکت به سمت بازارهای دلار و سکه و مسکن باعث افزایش گرانی در این بخش‌ها و به تبع آن سایر بخش‌های اقتصادی شده است...

«کیتکو» تاثیر انتخابات آمریکا بر بازار سهام و قیمت طلا را بررسی کرد

## واکنش بازارها به نتیجه انتخابات آمریکا

### مدیریت و کسب و کار



مدیرعامل وان پلاس به سمت معاون ارشد شرکت سرمایه‌گذار اوپو و ریلمی منصوب شد

- مطرح‌ترین برندهایی که دور کاری طولانی مدت را انتخاب کرده‌اند
- ۴ مزیت نوآوری برای کسب و کارها
- چالش طراحی تبلیغات متمایز و خلاقانه
- ترجمه خودکار اقدام جدید تویتر
- بازیابی با استفاده از فناوری واقعیت افزوده
- نسل جدید اپنفلوئنسرها

چرا خبرهای دروغ فضای مجازی را به راحتی باور می‌کنیم؟

## مصائب یک هذیان جمعی

زهره در یک پژوهش، تاثیر «آشنایی» را در باور کردن خبرهای دروغ فضای مجازی بررسی کرد؛ اینکه رویارویی پیشین (آشنایی) با یک خبر چگونه باورپذیری آن خبر را افزایش می‌دهد؛ برای انجام این پژوهش، ۵۰ هزار نفر در آن ضمن درج لینک پرسش‌نامه اینترنتی، از گیرندگان پیامک خواسته شد: «با تکمیل این پرسش‌نامه که تنها ۲۰ دقیقه وقت شما را می‌گیرد، ضمن کمک به پیشرفت روان‌شناسی، در فرقه‌کشی یک تبلت شرکت کنید»

در نتیجه ۲ هزار و ۲۶ نفر به این پرسش‌نامه پاسخ دادند که از این میان، ۵۰۴ نفر سن زیر ۱۸ سال داشتند، ۵۷ نفر دست‌کم یکی از پرسش‌ها را پاسخ ندادند و بوند و ۱۰ نفر گزارش دادند که درستی پاسخ‌ها را از اینترنت بررسی کرده‌اند. به همین خاطر، این ۵۷۱ نفر از روند پژوهش حذف شدند و در پایان، هزار و ۴۵۵ نفر در پژوهش شرکت داده شدند. در این پرسش‌نامه ۲۴ سرخط خبری دروغ مورد پرسش قرار گرفت. این خبرها با دستکاری در خبرهای منتشر شده در اردیبهشت و خرداد سال ۱۳۹۸ (بازه زمانی انجام مطالعه) انتخاب شدند.

از آنجا که مردم در فضای مجازی به طور معمول تنها سرخط خبرها را می‌خوانند، در این پژوهش نیز از سرخط خبرها استفاده شد. همچنین تنها خبرهای بد در پرسش‌نامه قرار گرفت، چراکه تجربه تاریخی نشان می‌دهد که مردم ایران بیشتر از خبرهای بد تاثیر می‌گیرند. از جمله خبرهای دروغین استفاده شده در این پژوهش شامل این موارد بود: تحقیق و تفحص مجلس نشان داد که بیش از نیمی از مدیران کشور تخلف کرده‌اند، در دو سال گذشته تعداد سیگاری‌ها دو برابر شده است، ۱۰۰ روزنامه کاغذ را با نرخ دولتی دریافت کرده‌اند و با نرخ آزاد در بازار فروخته‌اند، ۶۲ درصد معلمان از تنبیه بدنی استفاده می‌کنند، نشانه‌هایی از جاسوسی برانکو ایوانکوویچ برای سازمان جاسوسی انگلیس وجود دارد، محمدعلی نجفی از سوی یک فرد دیگر، مأمور به قتل میرزا استاد شده بود و ...

در این پژوهش سوالاتی نیز درخصوص سن، جنسیت، تحصیلات و گرایش سیاسی شرکت‌کننده‌ها پرسیده شد. همچنین از آنها پرسیده شد که آیا سرخط‌های مطرح‌شده را با دیگران به اشتراک می‌گذارند یا خیر؟ این پژوهش در سه مرحله آشناسازی، ارزیابی و پیگیری (۱۰ روز بعد از ارزیابی) انجام شد و از شرکت‌کنندگان خواسته شد که آشنا بودن و صحت هر خبر را نمره‌گذاری کنند.

در نهایت از جامعه آماری پرسیده شد که آیا برای بررسی صحت اخبار از جست‌وجوی اینترنتی استفاده کرده‌اند یا خیر. همچنین به افراد گفته شد که همه خبرها دروغ بود و هدف این نظرسنجی درباره زودبآوری مردم است. میانگین سن شرکت‌کنندگان در این مطالعه حدود ۲۷ سال بود و در بازه سنی ۱۸ تا ۳۹ سال قرار داشتند. ۶۳۱ نفر از آنها مرد بودند و بیشتر شرکت‌کنندگان تحصیلات کارشناسی داشتند. از بین این افراد ۲۹۱ نفر

ایمان ولی‌پور  
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد که هر اندازه رویارویی با خبرهای دروغ بیشتر شود، آن خبرها بیشتر باور می‌شوند و خبرهایی که آشناسازی شده‌اند، بیشتر از خبرهای تازه باور می‌شوند. از آنجا که خبرها در فضای مجازی به آسانی پخش می‌شوند، مردم یک خبر را در بسترهای گوناگون فضای مجازی نظیر اینستاگرام، تلگرام، تویتر، فیس‌بوک و ... می‌بینند و این یک خبر را بیشتر از یک بار می‌بینند. در نتیجه، رویارویی پیشین (آشنایی) با یک خبر، باورپذیری آن خبر را به اندازه زیادی افزایش می‌دهد. باورهای نادرست به ویژه درباره موضوع‌های کلیدی، آسیب فراوانی برای فرد و جامعه دارد بنابراین روان‌شناسان باید دلایل شکل‌گیری این باورها را بیابند تا بتوانند با نزدیک‌تر کردن مردم به واقعیت به موفقیت فرد و جامعه کمک کنند. اگر انسان‌ها توانایی تشخیص درست و نادرست را نداشته باشند، هر کسی به آسانی می‌تواند ذهن آنان را به خدمت اهداف خود درآورد. اگر مردم جامعه نتوانند خبر واقعی را از غیرواقعی تشخیص دهند، این جامعه کم‌کم از عقلانیت دور می‌شود و به سوی هذیانی شدن پیش می‌رود. می‌توان گفت تقریباً همه رسانه‌ها تلاش می‌کنند با دادن اطلاعاتی که کاملاً نادرست یا درست اما دستکاری شده هستند، ذهن مردم را به سوی موردنظر خود بکشانند. در این میان، مردمان بسیاری در سراسر جهان، با این اطلاعات نادرست فریب خورده‌اند. این اطلاعات نادرست همان خبرهای هدفدار هستند، یعنی خبرهایی که نه برای آگاه کردن مردم، بلکه با هدف فریب آنها و بیشتر در رسانه‌های فضای مجازی منتشر می‌شوند تا عده‌ای بتوانند به هدف‌های سیاسی و اقتصادی خود برسند.

تحلیل خبرهای منتشر شده در شبکه اجتماعی فیس‌بوک در هنگامه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۱۶ نشان داد که خبرهای دروغین بیشتر از خبرهای راستین به اشتراک گذاشته شدند، بیشتر مدنظر قرار گرفتند و درباره آنها نظر داده شد. این امر نشان می‌دهد که خبرهای دروغین شاید از آنجا که جذاب ساخته شده‌اند، بیشتر از خبرهای راستین جلب توجه می‌کنند و احتمالاً بیشتر هم باور می‌شوند.

در ایران نیز در هنگامه انتخابات، مردم به شدت هدف خبرهای دروغین قرار می‌گیرند و این خبرها ممکن است نتیجه انتخابات را تعیین کند یا دست‌کم تغییر دهد. پذیرش این خبرها تا اندازه‌ای است که حتی شخصی چون وزیر دفاع پاکستان نیز متأثر از خبرهای دروغین، تصمیم‌های سیاسی مهمی گرفته است. در نتیجه باید به جست‌وجوی پاسخ این سوال برآمد که چرا بسیاری از مردم، خبرهای دروغین فضای مجازی را به راحتی باور می‌کنند و سازوکار پذیرش این باورهای غلط که می‌توان آنها را «هذیان جمعی» نامید، کدام است؟

در همین راستا، ابراهیم احدی، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوبین

خبرها آگاه باشند، خبرهای آشنا را بیشتر از خبرهای ناآشنا باور کردند. این امر نشان می‌دهد که بخش ناهوشیار و سطح پایین ذهن آنها بر دآوری آنها درباره راست یا دروغ بودن خبرها اثر گذاشته است و این یعنی هیچ‌گونه کوشش آگاهانه و هوشیارانه‌ای برای این دآوری انجام نشده است.

پژوهش‌های پیشین نیز مانند پژوهش کنونی، اثر سیالی پردازش بر دآوری انسان‌ها را نشان داده‌اند. برای نمونه رویارویی زیرآستانه‌ای با محرک‌هایی مانند القای چینی، هیجان‌های خوشایند مربوط به آن محرک‌ها را افزایش می‌دهد. همچنین پژوهش‌هایی که به نقش یادآوری خودکار (آنچه خود به ذهن خود می‌آوریم) پرداخته‌اند، با یافته‌های پژوهش کنونی همخوانی دارند. تا سال‌ها، روان‌شناسان تصور می‌کردند که رویارویی پیشین (آشنایی)، تنها درست ادراک کردن گزاره‌های دوپهلوی را افزایش می‌دهد، اما اگر گزاره‌ها واضح باشند، مردم برای دآوری درباره درستی آنها از دانش خود بهره می‌جویند، اما پژوهش‌های جدیدتر نشان می‌دهد که رویارویی پیشین می‌تواند درست ادراک کردن گزاره‌های واضح، اما نادرست (برای نمونه، گیاهان غذای خود را با شیمی سنتز می‌سازند) را حتی در آزمودنی‌هایی که بعدها می‌توانستند گزاره درست را شناسایی کنند، افزایش دهد. برخی دیگر از پژوهشگران گفته‌اند اثر حقیقت‌جویی خدایی تنها زمانی رخ می‌دهد که گزاره‌ها تا اندازه‌ای پذیرفتنی باشند، اما پژوهش کنونی نشان می‌دهد که رویارویی پیشین (آشنایی) می‌تواند راست‌پنداری خبرهای دروغین و عجیب و غریب را نیز افزایش دهد؛ خبرهایی که با اندکی اندیشیدن و بهره گرفتن از دانش و منطق می‌توانند جلوی اثر حقیقت‌جویی خدایی را بگیرند.

در انجام این مطالعه البته محدودیت‌هایی نیز وجود داشت. یکی از محدودیت‌ها این بود که تنها تاثیر متغیر آشنایی پیشین با خبر را مورد بررسی قرار داده بود، در حالی که متغیرهای دیگری مثل سواد رسانه‌ای مخاطبان، شدت دروغ بودن خبر، موافق یا مخالف بودن با آن و گرایش سیاسی مخاطبان در باور کردن خبر تاثیر دارند.

در جمع‌بندی این مطالعه آمده است: پژوهش کنونی نشان می‌دهد که تنها یک بار رویارویی پیشین با خبرهای دروغین، راست ادراک کردن آن خبرها را به گونه‌ای معنادار افزایش می‌دهد؛ به این شکل که خبرهای آشناسازی شده بیشتر از خبرهای تازه باور می‌شوند. اثر رویارویی بر باورمند کردن خبرها نه تنها تا ۱۰ روز پایدار ماند، بلکه با رویارویی دوباره افزایش هم یافته است؛ به این صورت که در مرحله پیگیری، خبرهایی که در مرحله آشناسازی به آزمودنی‌ها نشان داده شده بود، بیشتر از مرحله ارزیابی باور شدند. حتی وقتی تنها خبرهایی تحلیل شدند که آزمودنی‌ها هوشیارانه با آنها آشنا نبودند، یعنی از مشاهده آنها در مرحله‌های آشناسازی و ارزیابی آگاه نبودند، باز هم رویارویی پیشین با خبرها، راست ادراک کردن آنها را افزایش داد. پس هر اندازه رویارویی با خبرهای دروغین بیشتر شود، آن خبرها بیشتر باور می‌شوند.

اما چرا رویارویی پیشین (آشنایی) با خبرهای دروغین به باورمند کردن آنها می‌انجامد؟ به بیان دیگر، ساز و کار اثر حقیقت‌جویی چیست؟ پاسخ بیشتر پژوهشگران این است که انسان‌ها برای دآوری درباره درستی یا نادرستی گزاره‌ها به دنبال آسان‌ترین راه هستند. یکی از این راه‌های آسان، سیالی پردازش است؛ یعنی انسان‌ها چیزی را که راحت می‌فهمند، راحت هم باور می‌کنند و آشنایی با گزاره‌ها به راحت فهمیدن آنها نیز کمک می‌کند. در پژوهش کنونی، آزمودنی‌ها بدون آنکه از رویارویی پیشین با













## مبلغ صادرات کرمان به پاکستان باید به ۲۰۰ میلیون دلار در سال برسد

معاون سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان گفت میزان صادرات استان کرمان به پاکستان در سال ۲۰۱۹، ۴۰ میلیون دلار بوده و به دنبال این هستیم که مبلغ صادرات کرمان به پاکستان به ۲۰۰ میلیون دلار در سال برسد.

محمدرضا قوام» روز ۱۱ شهریورماه در نشست «بررسی همکاری‌های اقتصادی استان کرمان با کشور پاکستان» اظهار کرد: پاکستان هفتمین شریک تجاری ایران و ایران هم پانزدهمین شریک تجاری پاکستان است و تراز تجاری دو کشور به نفع ایران مثبت است، اما ما به دنبال حالت «برد - برد» بین ایران و پاکستان هستیم.

وی افزود: سیمان، گلاب، لبنیات، تولیدات مسی، مشتقات نفتی، مواد غذایی، کاشی، پسته و مغز پسته از جمله محصولات صادراتی استان کرمان به پاکستان است.

قوام با اشاره به وضعیت تجارت بین کرمان و پاکستان در سال ۲۰۱۹ تصریح کرد: میزان صادرات استان کرمان به پاکستان ۴۰ میلیون دلار بوده و به دنبال این هستیم که مبلغ صادرات کرمان به پاکستان به ۲۰۰ میلیون دلار در سال برسد.

به گزارش ایسنا، «عباس سعیدی» رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان کرمان نیز در این نشست گفت: عمده محصولات کشاورزی کرمان از جمله پسته، خرما، گردو، گیاهان دارویی، محصولات گلخانه‌ای و جالیزی، گل محمدی، گلاب و زعفران صادراتی هستند و محصولات سالم بهداشتی و با کیفیتی به شمار می‌روند که به کشورهای مختلف صادر می‌شوند.

وی با اعلام آمادگی برای حضور کشاورزان استان کرمان در مناطق حاصلخیز پاکستان در راستای تولید محصولات این خطه افزود: استان کرمان همچنین توان تولید مرغ، بوقلمون، بلدرچین و کبک برای پاکستان را دارد.

## افزایش مصرف و صادرات؛ دلایل افزایش قیمت مجدد تخم مرغ

رئیس اتحادیه فروشندهگان پرند و ماهی علت گرانی تخم مرغ در روزهای اخیر را تشریح کرد.

مهدی یوسف‌خانی در گفت و گو با ایسنا در این باره اظهار کرد: در حال حاضر قیمت هر شانه تخم مرغ ۲۳ تا ۲۴ هزار تومان است و نباید بیشتر از این مقدار فروخته شود. البته ممکن است برخی واحدها گرانفروشی کنند و برخی واحدهای دیگر نیز خودشان تخم مرغ را گران‌تر خریداری کرده باشند.

وی علت افزایش قیمت تخم مرغ در روزهای اخیر را صادرات و افزایش مصرف تخم مرغ دانست و افزود: صادرات با وجود عوارض هنوز برای صادرکنندگان صرفه اقتصادی دارد.

رئیس اتحادیه فروشندهگان پرند و ماهی تصریح کرد: البته ما بیشتر از مصرف داخلی تخم مرغ تولید می‌کنیم و ناچاریم صادرات داشته باشیم.

وی اضافه کرد: قیمت تمام شده تخم مرغ برای تولیدکنندگان بسیار بالاست و در حال حاضر این قیمت هم برای تولیدکنندگان به نوعی زیان است.

یوسف‌خانی به قیمت مرغ نیز اشاره کرد و گفت: قیمت مرغ در کشور ۱۷ هزار و ۳۰۰ تومان، تجویل در مغازه ۱۷ هزار و ۶۰۰ تومان و قیمت برای مصرف‌کننده ۱۸ هزار و ۹۰۰ تا ۱۹ هزار تومان است و فروش مرغ بیش از این مقدار گرانفروشی است.

به گزارش ایسنا براساس مشاهدات میدانی هر شانه تخم مرغ در خرده‌فروشی‌های سطح شهر تهران ۲۶ هزار تومان و هر کیلو مرغ تا ۱۹ هزار تومان به مصرف‌کنندگان عرضه می‌شود.

## واحدهای صنعتی و قطعه‌سازی در سامانه «سدف» ثبت‌نام کنند

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان از راه‌اندازی سامانه «سدف» به منظور ساماندهی و نظارت هر چه بیشتر بر توزیع گاز مایع میان صنایع و واحدهای تولیدی خبر داد.

امیرحسین نظری در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به راه‌اندازی سامانه سدف اظهار کرد: این سامانه به منظور ساماندهی و نظارت هر چه بیشتر بر توزیع گاز مایع میان صنایع و واحدهای تولیدی خوزستان راه‌اندازی شده است.

وی افزود: واحدهای صنعتی و قطعه‌سازی خوزستان که برای تولید به گاز مایع نیاز دارند، برای دریافت گاز مایع تا پایان شهریورماه مهلت دارند که در این سامانه ثبت‌نام کنند و پس از پایان مهلت ثبت‌نام، صاحبان صنایع بدون ارائه حواله نمی‌توانند گاز مایع دریافت کنند.

نظری بیان کرد: صنایع قطعه‌سازی، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان ایزوگام و صنایع مرتبط با نفت و گاز، در فعالیت خود نیازمند گاز مایع هستند و از این رو حتما باید در این سامانه ثبت‌نام کنند.



واردکنندگان یک منبع تامین ارز خود را از دست دادند و از سوی دیگر، صادرکننده مجبور است خود به عرصه‌ای غیر تخصصی ورود کند. به گفته وی، در چنین شرایطی تنها گزینه باقی مانده سامانه نیماست که این سامانه نیز برای همه شرکت‌ها شرایط مناسبی برقرار نکرده است. برای مثال در این سامانه، بانک عامل، ۳۰ درصد از مبلغ را به عنوان ضمانت طلب می‌کند، در حالی که بسیاری از شرکت‌ها شرایط مالی لازم برای چنین شرطی را ندارند. از این رو یا باید مانند برخی شرکت‌ها با ارتباطات خاصی که دارند، میزان این ضمانت را کم کرد یا عملاً شرکت‌های کوچک از بهره‌گیری از این ارز محروم می‌شوند. براساس گفته‌های عیاد، نه‌تنها سیاست‌گذاران باید در این حوزه تسهیلاتی جدید در نظر بگیرند که حتی اجرایی شدن شیوه‌هایی مانند واردات بدون نیاز به انتقال ارز نیز از گزینه‌هایی است که می‌توان به آن فکر کرد.

رسمی آن به کشور وجود داشته باشد. در چنین شرایطی ابتدا باید کالای مدنظر ثبت سفارش شود و پس از دریافت مجوزهای لازم به گمرک آمده و تریخیص شود. در تمامی این مراحل منشأ ارز موردنظر واردکنندگان باید مشخص باشد که آیا از محل صادرات تامین شده یا منشأ دیگری دارد. در ماه‌های گذشته با دستورالعمل بانک مرکزی، امکان واردات در ازای صادرات برای تعدادی از فعالان اقتصادی به وجود آمده بود که در مسیر ایفای تعهد ارزی به آنها کمک کرد، اما از چند ماه قبل بار دیگر بانک مرکزی این شیوه را رد کرده و همین مسئله در کنار صادرکنندگان، برای واردکنندگان نیز مشکل‌آفرین شده است. مهرداد عیاد - عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران - در گفت و گو با ایسنا، می‌گوید: متأسفانه شیوه‌نامه‌های ارزی واردات هر چند مدت یک بار تغییر می‌کند و در آخرین قدم، استفاده از ارز حاصل از صادرات برای غیرصادرکننده ممنوع شد. به این ترتیب از یک سو

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران می‌گوید، تغییر مداوم سیاست‌های ارزی در قبال واردات، باعث شده بسیاری از واردکنندگان عملاً ندانند که از چه طریقی باید کالای خود را به کشور برسانند. به گزارش ایسنا، در طول دو سال گذشته، همزمان با تحریم‌های آمریکا، دولت تلاش کرده با ایجاد محدودیت در مسیر واردات کالاهای جدید به کشور، از خروج ارز جلوگیری کرده و مدیریت منابع ارزی را ممکن کند. به دنبال اجرایی شدن این سیاست، در سال‌های گذشته تنها کالاهای اساسی، کالاهای ضروری و مواد اولیه کارخانجات تولیدی اجازه ورود به ایران را داشته‌اند و در سایر موارد یا باید برای کالایی مجوزی جداگانه صادر شده باشد یا امکان واردات آن به کشور وجود نداشته است.

در این سال‌ها واردکنندگان اعلام کرده‌اند که با پذیرش سیاست‌های دولت، صرفاً در حوزه‌های اقدام به معامله می‌کنند که امکان واردات

## حذف تعرفه صادرات راهی برای کاهش زیان مرغداران

پایش تخم مرغ کارگروه تنظیم بازار با این موضوع موافقت کرد و قرار است به گمرکات کشور ابلاغ شود تا صادرات به میزانی که به تولید داخل آسیب نزند، انجام شود.

مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران میهن با انتقاد از اعمال ممنوعیت‌های خلق‌الساعه برای صادرات محصولات کشاورزی گفت: امسال به دلیل افزایش قیمت تخم مرغ، دولت صادرات آن را ممنوع کرده که از ابتدای تیرماه تاکنون تولیدکنندگان روزانه به ازای هر کیلوگرم تولید ۲ هزار تومان ضرر می‌کنند.

ترکاشوند در پایان تصریح کرد: در سال جهش تولید گویا کشور ما تحمل رونق تولید را ندارد، چراکه آنجا که باید از تولیدکننده حمایت شود به هیچ عنوان این اقدام صورت نمی‌گیرد.

قیمت تمام شده تخم مرغ با نرخ مصوب همخوانی ندارد ترکاشوند قیمت تمام شده هر کیلو تخم مرغ را بیش از ۱۳ هزار تومان اعلام کرد و گفت: عرضه هر کیلو تخم مرغ با نرخ مصوب ۹ هزار و ۵۰۰ تومان اختلاف معناداری با قیمت تمام‌شده محصول دارد که از مسئولان امر تقاضا داریم برای حفظ صنعت و تولید هر چه سریع‌تر مشکلات را مرتفع کنند. مدیرعامل اتحادیه مرغداران میهن ادامه داد: با وجود نوسان شدید قیمت نهاده‌ها و اختلاف چندبرابری نرخ مصوب با بازار آزاد، نرخ تمام شده تولید ملاک مرغدار است و بنابراین مرغداران کاری با نرخ مصوب ندارند.

به گفته او، با وجود افزایش هزینه‌های تولید و ممنوعیت صادرات، خواستار حذف عوارض صادراتی شده‌ایم که در نهایت کمیته رصد و

مدیرعامل اتحادیه مرغداران میهن گفت با حذف تعرفه ۴ هزار تومانی صادرات پیش‌بینی می‌شود که بازار تخم مرغ به تعادل برسد. رضا ترکاشوند، مدیرعامل اتحادیه مرغداران میهن در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به تاثیر افزایش قیمت نهاده‌ها بر تولید تخم مرغ اظهار کرد: در شرایطی که نهاده با نرخ مصوب در اختیار مرغدار قرار نمی‌گیرد، نمی‌دانیم مسئولان ذی‌ربط بر چه مبنایی قیمت مصوب تخم مرغ را تعیین می‌کنند.

او افزود: افزایش قیمت و کمبود نهاده‌های دامی نگرانی‌هایی برای تولیدکنندگان ایجاد کرده است که اگر مسئولان امر تدابیری برای این موضوع نیندیشند به سبب جایگزینی آن با دیگر نهاده‌ها همچون گندم، راندانم تولید به شدت کاهش می‌یابد.

## افزایش چند برابری قیمت کود لطمه جدی به تولید می‌زند

او با بیان اینکه در سال ۹۲ حدود ۷ میلیون تن گندم وارد کشور شد، گفت: با وجود کشت گندم در سطح ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار هکتار، اما تولید گندم به دلیل عدم صرفه اقتصادی زمین خورد که در شرایط فعلی علی‌رغم تلاش‌های متعدد برای رسیدن به خودکفایی، اما با اتخاذ تصمیمات نادرست و افزایش چشمگیر قیمت سم و کود، کشاورزان توان خرید را ندارند.

به گفته ایمانی، با وجود کود کیلویی ۱۰ هزار تومان، خرید گندم با نرخ ۲ هزار و ۵۰۰ تومان صرفه اقتصادی ندارد.

**هزینه ۱۰۰ میلیون تومانی کود شیمیایی برای کشت ۲۰ هکتار گندم** نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران در پایان با اشاره به اینکه برای کشت ۲۰ هکتار گندم حدود ۱۰۰ میلیون تومان باید هزینه شود، تصریح کرد: از دولت تقاضا داریم که برای پایداری تولید، نرخ محصولات را بر مبنای ارز نیمايي قیمت‌گذاری کنند یا برای خرید نهاده‌ها تامین اعتبار کند چراکه از توان کشاورزان این هزینه‌ها خارج است و به عبارت دیگر تناسبی میان قیمت محصولات کشاورزی با هزینه‌های تولید وجود ندارد.

بیان کرد: با وجود اتخاذ تصمیمات مسئولان مبنی بر رشد چندبرابری قیمت کود، کشاورز برای کاشت یک هکتار گندم حداقل ۳ میلیون تومان برای کود شیمیایی باید هزینه کند که این امر از توان کشاورز خارج است چراکه تولید، هزینه‌های دیگری اعم از بذر، سموم و ... دارد. نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران با بیان اینکه کشاورز توان ایستادن در برابر هزینه‌های سرسام‌آور را ندارند، گفت: کنترل بیماری‌ها و آفات باید با سموم شیمیایی صورت گیرد، در غیر این صورت تولید کشور دچار آسیب می‌شود. او با تأکید بر این مسئله که آب بعد از کود شیمیایی از اهمیت بالایی برخوردار است، گفت: این در حالی است که مسئولان دولتی بدون توجه به این مسائل و به یک پاره قیمت ارز را تک‌نرخ می‌نمایم اعلام می‌کنند که این موضوع در سال جهش تولید لطمه جدی می‌زند.

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران افزود: اگر خواهان پایداری تولید و تحقق شعار سال هستیم، قیمت محصولات کشاورزی بر مبنای نرخ کود باید افزایش یابد، در غیر این صورت تورم افسارگسیخته در بخش ماشین‌آلات و سایر هزینه‌ها، تولید را به زانو درمی‌آورد.



## مشکلات قطعه‌سازان برای تامین مواد اولیه از بورس

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران گفت با توجه به لزوم تامین مواد اولیه موردنیاز صنایع قطعه‌سازی از طریق بورس این صنایع برای تامین به موقع مواد اولیه با مشکل مواجه شده‌اند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، محمدرضا نجفی‌منش با اشاره به مشکلات تامین مواد اولیه صنایع قطعه‌سازی خودرو، گفت: برای تهیه مواد اولیه موردنیاز، صنایع قطعه‌سازی باید از طریق بورس اقدام کنند و این موضوع مشکلاتی را برای تامین مواد اولیه به وجود آورده است.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه پیش از این صنایع قطعه‌سازی برای تهیه مواد اولیه صنایع مثل فولاد از سهمی به صورت مچینگ برخوردار بودند، افزود: البته این سهم به همان قیمت بورس به آنها عرضه می‌شد اما فایده این نوع عرضه آن بود که نیاز صنایع به موقع و به اندازه تامین می‌شد.

رئیس انجمن صنایع همگن و قطعه‌سازی کشور با بیان اینکه قطعه‌سازان برای تامین مواد اولیه در بورس با مشکل مواجهند، گفت: با توجه به شرایط فعلی، قطعه‌سازان برای تهیه ماده اولیه موردنیاز تولید در بورس باید در انتظار عرضه بمانند در حالی که معلوم نیست چه میزان از کالای موردنیاز و تقاضای آنها در این بازار عرضه شود.

نجفی‌منش با بیان اینکه این شرایط مشکلاتی را برای ایفای تعهدات به وجود می‌آورد، بیان داشت: در حالی که قطعه‌سازان باید پاسخگوی سفارش و تعهدات خود باشند، اما معلوم نیست که بتوانند چه میزان از مواد اولیه موردنیاز خود را در بورس تهیه کنند.

## سامانه جامع تجارت از ایراد در توزیع تایلر رنج می‌برد!

یک مقام انجمن تایلر معتقد است تا زمانی که ایرادات سیستمی سامانه جامع تجارت برطرف نشود ثبت اطلاعات تولید و فروش تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان تایلر نه تنها تأثیری در نظارت و توزیع بازار تایلر سواری ندارند بلکه عملکرد این سامانه را نیز غیرکارآمد خواهد کرد.

به گزارش خبرنگار پرشین خودرو، در حالی کارشناسان حضور دلان و محتکران و نبود نظارت دقیق بر نحوه توزیع را بخش مهمی از علت آشفتگی و رشد قیمت در بازار تایلر به خصوص تایلر سواری عنوان می‌کنند که براساس الزام ستاد تنظیم بازار به منظور مقابله با این شرایط و نظارت بر توزیع، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان تایلر ملزم به ثبت اطلاعات تولید و فروش خود در سامانه جامع تجارت هستند.

براساس تصمیم ستاد تنظیم بازار و ابلاغ سازمان حمایت تمام تایلرسان برخلاف گذشته که به صورت هفتگی یا ماهانه امار تولید و فروش خود را به این سازمان ارائه می‌دادند، ملزم شدند تا به صورت برخط (آنلاین) این اطلاعات را در سامانه مذکور ثبت کنند تا احتمال هرگونه فروش تایلر خارج از نظام رسمی توزیع تایلر گرفته شود. همچنین توزیع‌کنندگان تایلر از فروشندگان کلی تا جزئی نیز موظف هستند مشخصات خریدار و میزان تایلر فروخته‌شده را در سامانه جامع تجارت ثبت کنند.

وضعیت نابسامان بازار لاستیک سواری و حضور دلان و محتکران در بازار لاستیک‌های سبک و همچنین گرانی و کمبود سایزهای گوناگون تایلر سواری مدت زیادی است که مورد انتقاد کارشناسان است چنانچه بی‌توجهی به این بازار موجب سوءاستفاده سودجویان از این فرصت و افزایش بی‌قید و شرط نرخ تایلرهای سواری در بازار در غیبت نهادهای نظارتی شده است.

حالا در شرایطی کارشناسان توزیع سیستمی و الزام ثبت اطلاعات در سامانه جامع تجارت را عاملی در رفع مشکلات مربوط به کمبود و توزیع عادلانه این کالا در بازار می‌دانند که به گفته سخنگوی انجمن تایلر تا زمان رفع ایرادات این سامانه عملاً کارآمد نخواهد بود.

مصطفی تنها در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو اظهار داشت: تولیدکنندگان تایلر براساس ابلاغ سازمان حمایت مصرف‌کنندگان خود را ملزم به ثبت اطلاعات تولید و فروش در سامانه جامع تجارت می‌دانند و مطابق دستور این رویه در توزیع و فروش انجام می‌شود اما ایراداتی در نحوه ثبت اطلاعات در سامانه وجود دارد که تا زمان رفع آن نتایج موردنظر را به همراه نخواهد داشت.

درخواست تایلرسانان برای رفع ایرادات سیستمی سامانه ثبت اطلاعات تولید و فروش

سخنگوی انجمن تایلر گفت: سیستم جامع تجارت به نحوی طراحی شده که در ثبت اطلاعات مشکلاتی برای تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان ایجاد می‌کند و باید این ایرادات هرچه سریع‌تر رفع شود.

وی افزود: بارها تولیدکنندگان خواستار هم‌اندیشی برای رفع اشکالات سیستمی در ثبت اطلاعات تولید و فروش تایلر در سامانه جامع تجارت شدند اما متأسفانه تاکنون توجهی به این درخواست تایلرسان نشده است.

این مقام صنفی در انجمن صنفی صنعت تایلر با اشاره به مزایای طرح توزیع سیستمی تایلر سنگین، اظهار داشت: در جریان توزیع سیستمی تایلرهای سنگین، فروش به صورت حواله انجام می‌شود ضمن اینکه هر توزیع‌کننده‌ای تایلر باری و سنگین در اختیار نداشت و متقاضیان پس از دریافت حواله به توزیع‌کنندگان مشخص برای خرید تایلر مراجعه می‌کردند در حالی که کل مصرف تایلرهای باری و سنگین در کشور نیز با احتساب تولید و واردات چیزی در حدود یک و نیم تا دو میلیون حلقه بیشتر در سال نیست، اما میزان تولید تایلر سواری در سال ۲۰ میلیون حلقه است بنابراین دارای شبکه گسترده‌ای در توزیع و فروش در کشور است که قطعاً با نحوه توزیع و فروش تایلر سنگین قابل قیاس نیست.



خودروسازی را در سال جاری معیار قرار داد. این مسئله فرآیندی است که طی چند سال خودروسازان با آن روبه‌رو بوده و هستند.

خودروسازان در تمام این سال‌ها هزینه‌های بالایی داشتند که از عهده تامین آن بر نمی‌آمدند، تا جایی که چند سال پیش به دلیل عدم توانایی فروش خودروسازان، وام‌هایی به مردم داده شد تا بتوانند خودرو بخرند.

مشکلات خودروسازان بیشتر به ساختار مالی، قیمت‌گذاری و موضوعات متعدد دیگری برمی‌گردد که به صرف تامین مالی خلاصه نمی‌شود. بر این اساس، مشکلات تامین مالی خودروسازان را باید از زوایای گوناگون بررسی کرد. بحث عدم‌ورود خودرو خارجی و همچنین تقاضای سنگینی که امسال برای خرید خودرو وجود داشت، از جمله این مشکلات است که منجر به امسال هم نشده است.

اگر بحث تامین مالی در بازه بلندمدت بررسی نشود، علت‌های اساسی مشکلات آنها بازگو نخواهد شد. در یک بازه زمانی که قیمت نهایی محصولات خودروسازان به دلیل قیمت‌گذاری دستوری بالاتر از نرخ فروش‌شان بود، نتوانستند به صورت مناسب محصولات خود را بفروشند. این مسئله موجب شد زبان‌هایی ببینند که ساختار مالی شرکت‌ها را برهم زد.

چگونه می‌توان در جهت حل مشکلاتی که اشاره کردید حرکت کرد و راه بهتری از پیش‌فروش خودرو برای تامین مالی در پیش گرفت؟ بهترین حالت این است که در صنعت خودرو به سمت آزادسازی

در شرایط ممنوعیت واردات خودرو در قالب محصول نهایی، ورود خودرو به صورت قطعات منفصله باید با تیراژی رقابت‌زا انجام شود.

به گزارش پدال نیوز، پیش‌فروش‌های متعدد خودروسازان امسال هم نتوانست مشکلات پرشمار بازار خودرو را حل کند و هنوز هم دولت ناراضی است، هم مردم و هم خودروسازان. طی سال‌های جاری خودروسازان ۹ مرحله قرعه‌کشی برای پیش‌فروش خودروهای خود انجام دادند، اما منحنی قیمت خودرو همچنان صعودی است. نکته دیگر اینکه این افزایش قیمت با رکود در بازار همراه است و در هفته‌های اخیر هم مانند بسیاری دیگر از ایام امسال خرید و فروشی انجام نمی‌شود. پیش‌فروش خودرو نه تنها قیمت را برای مصرف‌کننده پایین نیاورده، بلکه گره‌ای از مشکل تامین مالی خودروسازان هم باز نکرده است.

عباس آرگون، نایب‌رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران می‌گوید: «اگر قیمت ثابت نگه داشته شود، اما مواد اولیه و هزینه تولید و نیروی کار افزایش پیدا کند، هر چقدر هم برای خودروسازان تامین مالی انجام شود و تولید افزایش یابد، به‌جای اینکه خودروسازان سود کنند، زیان‌شان بیشتر می‌شود.»

با وجود پیش‌فروش‌های متعدد خودرو در سال جاری توسط خودروسازان، همچنان قیمت خودرو رو به رشد است و در عین حال خودروسازان با مشکل تامین مالی و کمبود سرمایه در گردش روبه‌رو هستند. چرا سیاست پیش‌فروش خودرو موفق نبوده است؟ برای بررسی عدم‌تأمین مالی و مشکلات خودروسازان نباید تنها بحث

موانع ترخیص ۲۱۰۰ خودرو خارجی دپوشده در گمرک

## آخرین مهلت؛ ۲۶ شهریور

وی با بیان اینکه کل خودروهای دپوشده در گمرک حدود ۷ هزار دستگاه بوده است، افزود: در حال حاضر موانعی برای ترخیص خودروهای باقیمانده در گمرک وجود دارد که یکی از آنها سوءبرداشت از ماده ۴ قانون حمایت از مصرف‌کننده است به طوری که طبق این ماده قانونی، هر فردی که بخواهد خودرو به کشور وارد کند باید از نمایندگی رسمی آن خودرو، گارانتی خریداری کند. این در حالی است که هم‌اکنون بسیاری از نمایندگی‌های رسمی تعطیل شده‌اند و یا اصولاً کسی گارانتی بابت خودروها ارائه نمی‌کند.

دادفر ادامه داد: این معضل باعث شده تا شرکت‌های غیرنماینده‌گی برای خروج خودروهای‌شان از گمرک با مشکل روبه‌رو باشند.

مشکلات ترخیص خودرو از گمرک شهریار دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با بیان اینکه گمرک شهریار، گمرک معین کشور برای ترخیص خودروهای وارداتی است، اظهار داشت: بخش دیگری از مشکل ترخیص خودروها به منقض شدن کارت‌های بازرگانی افراد واردکننده خودرو مربوط می‌شود که با وجود دستور

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با تشریح موانع ترخیص خودروهای وارداتی دپوشده در گمرک، گفت آخرین مهلت ترخیص این خودروها ۲۶ شهریورماه است و این در حالی است که برخی واردکنندگان با مشکل عدم صدور گارانتی روبه‌رو هستند.

به گزارش خبرنگار فارس، برخی کاربران سامانه «فارس من» با ثبت سؤزهای مختلفی از جمله تکلیف خودروهای دپوشده در گمرک چه زمانی مشخص می‌شود؟ و تکلیف ماشین‌های وارداتی مانده در گمرک چیست؟ خواستار تعیین تکلیف خودروهای دپوشده در گمرک و ترخیص آنها شده بودند.

در این مورد مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس با بیان اینکه ۲۱۰۰ دستگاه خودروی وارداتی همچنان در گمرک باقی مانده‌اند و ترخیص نشده‌اند، اظهار داشت: حدود ۸۰۰ دستگاه از این خودروها در اختیار مرجع قضایی است که هنوز رفع توقیف نشده است، هر چند مرجع قضایی همکاری زیادی برای این موضوع داشته است.

## استفاده از سهام عدالت برای خودرودار کردن خانوارهای نیازمند بی‌خودرو

داشت که بتواند تولید جدید با تیراژ بالا داشته باشند.

نماینده مردم ملکان در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: امیدوارم بتوانیم با این طرح رضایت اقبال کم‌درآمد را جلب کنیم و به آنها نشان دهیم در کنار آنها هستیم، ما همچنین طرح‌هایی شبیه به این را در آینده ارائه خواهیم کرد در همین راستا با یک تیم اقتصادی در حال آماده کردن طرح‌ها هستیم و ان‌شاء‌الله طرح خودرودار کردن خانوارهای بی‌خودرو را در کمیسیون صنایع مطرح خواهیم کرد.

ما سعی کردیم سازوکار شفاف و روشنی را طراحی کنیم و استفاده از سهام عدالت را به عنوان سازوکار تامین مالی پیش‌بینی کردیم.

وی با بیان اینکه خانوارهای دهک‌های پایین و آسیب‌پذیر با اولویت خانوارهای تحت پوشش نهادهای حمایتی در این طرح مورد توجه قرار گرفتند، گفت: ما سعی خواهیم کرد با بخشی از سهام عدالت این خانوارها خودرودار شوند بدون آنکه هزینه چندانی برای آنها داشته باشد و از سوی افزایش سرمایه‌ای هم برای خودروسازان در پی خواهد

یک عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی گفت که استفاده از سهام عدالت به عنوان سازوکار تامین مالی در طرح خودرودار کردن خانوارهای نیازمند بدون خودرو پیش‌بینی شده است. سید علی موسوی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: من به همراه یک تیم اقتصادی طرح خودرودار کردن خانواده‌های نیازمند بدون خودرو را مورد بررسی قرار دادم و تدوین کردم و پیش از این هم اعلام کردیم که این طرح برای دولت و همچنین خانوارها بار مالی نخواهد داشت.



## تخفیف‌های اعتباری آزمایشگاهی از مرز ۵۰۰ هزار خدمت گذشت



تخفیف‌های اعتباری یکی از خدماتی است که در شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به فعالان این حوزه در اشکال و به شیوه‌های مختلفی ارائه می‌شود؛ خدماتی که به مرز ۶۰۰ هزار مورد رسیده است. ۵۵۸ هزار و ۲۵۵ خدمت اعتباری ارائه شده به متقاضیان عددی است که به ثبت رسیده است. این آمار یعنی خدمات آزمایشگاهی کشور هم رشد قابل قبولی را در کشور تجربه کرده است؛ خدماتی که پژوهشگران، اساتید دانشگاه‌ها، فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و ... از آن بهره برده‌اند. یکی از مشکلات پیش‌روی فعالان عرصه آزمایشگاهی در کشور، عدم دسترسی به برخی خدمات و تجهیزات آزمایشگاهی است.

### دریچه

## توجه به آینده علم و فناوری در روزهای همه‌گیری

مهمان ناخوانده‌ای که این روزها بالای جان جهان شده است و بر حیات و سلامت بشر می‌تازد، با آمدنش بسیاری از اولویت‌های جوامع گوناگون را دستخوش تحولات ناخواسته کرد و برنامه‌های رو به روال را در هم ریخت. برنامه‌های توسعه علمی و فناورانه کشورها، یکی از همین راهبردها بود. همه‌گیری کووید-۱۹ از یک سو برنامه‌های راهبردی در حوزه علم و فناوری را تغییر داد و از سوی دیگر، بر ضرورت توجه به مسیر پیش‌روی کشورها در لبه‌های دانش و فناوری تأکیدی دوباره گذاشت.

در بسیاری از حوزه‌های دانشی و نگاه روبه آینده هنگامی که هم‌راستای سیاست‌های کلان یک کشور باشد، حائز اهمیتی دوصدچندان می‌شود. آینده‌نگاری علم و فناوری یا در هر حوزه دیگری باشد، امری است مفید فایده و توسط بسیاری از کشورها در حال پیگیری است.

این راهبرد به عنوان یک توانمندی بسیار کارآمد در تعیین سیاست‌ها و ریل‌گذاری به ویژه در حوزه علم و فناوری در کشورها خواهان توسعه شناخته شده است. چالش‌های حضور در دنیای پرتب و تاب رقابت‌های فناورانه و حضور در فرآیند جهانی شدن از دغدغه‌هایی است که ضرورت آینده‌نگاری ملی در حوزه علم و فناوری را دوچندان می‌کند. این ابزار مهم سیاستی، دورنمای نسبتاً روشنی را از آینده کشور به ویژه در عرصه دانش و فناوری ترسیم می‌کند و می‌کوشد به شکل ساختارمند و درآوردنی‌اش، در حوزه‌های دانش، فناوری، اقتصاد، محیط زیست و جامعه راهبردها را تعیین کند.

این راهبرد به عنوان یک توانمندی بسیار کارآمد در تعیین سیاست‌ها و ریل‌گذاری به ویژه در حوزه علم و فناوری در کشورها خواهان توسعه شناخته شده است. چالش‌های حضور در دنیای پرتب و تاب رقابت‌های فناورانه و حضور در فرآیند جهانی شدن از دغدغه‌هایی است که ضرورت آینده‌نگاری ملی در حوزه علم و فناوری را دوچندان می‌کند. این ابزار مهم سیاستی، دورنمای نسبتاً روشنی را از آینده کشور به ویژه در عرصه دانش و فناوری ترسیم می‌کند و می‌کوشد به شکل ساختارمند و درآوردنی‌اش، در حوزه‌های دانش، فناوری، اقتصاد، محیط زیست و جامعه راهبردها را تعیین کند. شناخت گسترده و روزافزونی در این باره وجود دارد که آینده‌نگاری علم و فناوری، قابلیت‌های سودمندی را برای تصمیم‌گیری در ارتباط با سیاست‌گذاری تحقیقات و تکنولوژی، چه در سطح ملی و چه منطقه‌ای یا حتی در سطوح پایین‌تر در اختیار ما قرار می‌دهد.

### راهبردی با سود دوچندان

راهبرد آینده‌نگاری آن‌هم در حوزه علم و فناوری، راهبردی است که از سوی کشورهای خواهان توسعه و پیشرفت مورد توجه و اقبال خوبی قرار گرفته است؛ سازوکار آینده‌نگاری علم و فناوری به حضور فعال و اثرمند تمام عناصر یک جامعه نیاز دارد؛ تلاش آینده‌نگاری در واقع پاسخ‌گفتن به تمامی نیازها و ضرورت‌های یک جامعه در سطح ملی است. پاسخ به این نیازها است که وفای، هماهنگی و هم‌جهتی اقدامات آتی، بین نقش‌آفرینان یک زیست‌بوم را به ارمان می‌آورد. بر همین اساس، نگاه دوران‌اندیشانه و ارائه تصویری روشن از آینده سیاستی کشور به ویژه اگر در حوزه علم و فناوری باشد، از راهبردهایی است که دبیرخانه ملی آینده‌نگاری علم و فناوری دنبال می‌کند. نگاه دوران‌اندیشانه و ارائه تصویری روشن از آینده سیاستی کشور به ویژه اگر در حوزه علم و فناوری باشد، از راهبردهایی است که دبیرخانه ملی آینده‌نگاری علم و فناوری به دنبال آن است.

شناختن اولویت‌ها و نقاط تمرکز سیاست‌گذاری با در نظر داشتن روندهای علمی و فناورانه‌ی پیش‌رو و رتبه‌بندی این اولویت‌ها شناخت مهم‌ترین فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌رو برای نقش‌آفرینی دستگاهی، احصای مهم‌ترین فرصت‌های نقش‌آفرینی اکوسیستم استراتژی و دانش‌بنیان در توسعه فناوری‌های آینده و همچنین تعیین زمینه‌های نقش‌آفرینی نهادهای علم و فناوری مانند دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری در توسعه فناوری‌های آینده

## مسیر گسترش فعالیت ۶۸ تیم بازی‌ساز هموار شد

ساختاری به نام «همگرا» برای حمایت هدفمند و ساختاری از تیم‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه بازی‌سازی رایانه‌ای به وجود آمده است که خدمات اختصاص یافته در این حوزه را به سمت شرکت‌های بازی‌ساز هدایت می‌کند. در سال ۹۹ بیش از ۶۰ شرکت به عضویت این ساختار حمایتی درآمدند. شرکت‌های بازی‌ساز رایانه‌ای یکی از فعال‌ترین اعضای برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق را تشکیل می‌دهند. ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، همواره تلاش کرده است تا شرکت‌ها و تیم‌های خلاق بازی‌سازی براساس، راهبرد توسعه بازار، محصولات باب طبع کاربر ایرانی را به بازار مصرف عرضه کنند. با توجه به گردش مالی قابل توجه بازی‌های رایانه‌ای در سطح بین‌الملل و لزوم تولید بازی‌های رایانه‌ای مطابق با فرهنگ ایرانی‌اسلامی، ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری با همکاری دیگر ارگان‌های مسئول از جمله بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از ایجاد پلتفرم «همگرا» حمایت کرد. «همگرا» در واقع یک ساختار حمایتی است که استودیوهای سازنده بازی‌های رایانه‌ای را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. این ساختار شرکت‌ها و تیم‌های بازی‌ساز را در نهایت در چهار سطح، طبقه‌بندی می‌کند. ساختار همگرا با استفاده از خدمات ارائه‌شده از سوی «تامین‌کنندگان خدمات موردنیاز بازی‌سازهای رایانه‌ای» نیازمندی‌های مختلف این تیم‌ها و شرکت‌ها را برطرف می‌کند. همچنین شرکت‌ها و تیم‌های بازی‌ساز، بسته به اینکه در چه سطحی، طبقه‌بندی شده‌اند از بسته‌های حمایتی مختلف برخوردار می‌شوند. در سال ۱۳۹۹ تعداد ۶۸ تیم و شرکت بازی‌ساز رایانه‌ای به عضویت ساختار «همگرا» درآمدند. ساختار همگرا تلاش دارد تا با شناسایی جوانان فناور، استارت‌آپ‌های خلاق و استعدادهای جدید، زیست‌بوم بازی‌های رایانه‌ای را هر چه بیشتر رونق بخشد. این شرکت‌ها همچنین در صورت داشتن محصولی مناسب برای صادرات از بسته حمایتی ویژه صادرات معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری بهره‌مند می‌شوند.



## مدیرعامل وان پلاس به سمت معاون ارشد شد

پیت لائو، مدیرعامل وان پلاس، به تازگی به عنوان قائم‌مقام ارشد OPLUS که سرمایه‌گذار وان پلاس، اوپو و ریلمی به حساب می‌آید، انتخاب شده است. به گزارش زومیت پیت لائو، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار وان پلاس، در ابتدا کارش را در شرکت اوپو آغاز کرد. او به مرور زمان از تقای شغلی پیدا کرد و در نهایت به همراه فردی دیگر برند وان پلاس را بنیان‌گذاری کرد. وان پلاس امروزه برند بسیار موفقی در دنیای گوشی‌های هوشمند اندرویدی است و برای علاقه‌مندان به صنعت موبایل، نامی آشنا به حساب می‌آید. آنتور که به نظر می‌رسد، پیت لائو پس از مدت‌ها قصد دارد به نوعی دوباره به خانه بازگردد. پیت لائو به صورت رسمی اعلام کرد که به عنوان یکی از قائم‌مقام‌های ارشد سرمایه‌گذار اصلی اوپو برای نظارت روی فعالیت‌های این شرکت انتخاب شده است. وظیفه پیت لائو در درجه اول، فراهم‌سازی پیش‌نیازهای لازم برای افزایش همکاری تجاری بین اوپو، ریلمی و وان پلاس است؛ سه شرکتی که OPLUS به طور ویژه در آنها سرمایه‌گذاری کرده است. این اتفاق به معنای پایان کار پیت لائو در وان پلاس و توقف نظارت او روی شرکتش نیست. وان پلاس در بیانیه‌ای که در اختیار رسانه Android

Authority قرار داده است به وضوح می‌گوید وان پلاس به کار خود ادامه دهد. در بیانیه وان پلاس به عنوان مدیرعامل در وان پلاس متعهد می‌شود و مدیر ارشد تجربه محصول OPLUS برای محصولات مشارکت می‌کند. «OPLUS روی اوپو و ریلمی و وان پلاس نظارت می‌کند» رسانه Fast Company به صورت رسمی اعلام کرده است. وان پلاس انجام داده است، تا قبل از اعلام لائو باشید که BBK Electronics امروزه به عنوان مدیرعامل شرکت، دیگر شناخته می‌شود. پیت لائو و اوپو و ریلمی و وان پلاس تأمین کننده محصولات شرکت، پیت لائو به طور ویژه در آنها سرمایه‌گذاری کرده است. این اتفاق به معنای پایان کار پیت لائو در وان پلاس و توقف نظارت او روی شرکتش نیست. وان پلاس در بیانیه‌ای که در اختیار رسانه Android

## کیفیت فرآورده‌های پلیمری با تجهیزات «ایران ساخت» افزایش یافت

پلیمرها و انواع گوناگون آن در زندگی امروزی جایگاهی اجتناب‌ناپذیر پیدا کرده‌اند. از پلاستیک‌های زیست‌سازگار تا بخش‌هایی از بدنه خودروها به مواد پلیمری وابسته هستند. مهم‌تر از تولید این فرآورده‌ها لازم است کیفیت تولید سنجش شود که یک شرکت فناور این کار را انجام می‌دهد. شرکت دانش‌بنیان مهندسی آریانام ضمن سنجش کیفیت محصولات پلیمری، دوره‌های تخصصی را برای فعالان صنعت پلیمر به صورت مجازی برگزار می‌کند. حال در این میان، یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان که فعالیت فناورانه‌اش را با طراحی و تولید دستگاه‌های کنترل کیفیت آزمایشگاهی آغاز کرده، تاکنون موفق به ارائه محصولات فناور و خدمات گوناگونی به مخاطبان‌ش در دانشگاه، صنعت و پژوهش‌های فناورانه شده است. داود خادمی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان مهم‌ترین هدف را سنجش کیفیت فرآورده‌های پلیمری با طراحی تجهیزات دانش‌بنیان عنوان کرد و گفت: یکی از نیازهای حیاتی کشور، وجود تجهیزات دانش‌بنیانی است که ضمن تولید فرآورده‌های



پلیمرها و انواع گوناگون آن در زندگی امروزی جایگاهی اجتناب‌ناپذیر پیدا کرده‌اند. از پلاستیک‌های زیست‌سازگار تا بخش‌هایی از بدنه خودروها به مواد پلیمری وابسته هستند. مهم‌تر از تولید این فرآورده‌ها لازم است کیفیت تولید سنجش شود که یک شرکت فناور این کار را انجام می‌دهد. شرکت دانش‌بنیان مهندسی آریانام ضمن سنجش کیفیت محصولات پلیمری، دوره‌های تخصصی را برای فعالان صنعت پلیمر به صورت مجازی برگزار می‌کند. حال در این میان، یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان که فعالیت فناورانه‌اش را با طراحی و تولید دستگاه‌های کنترل کیفیت آزمایشگاهی آغاز کرده، تاکنون موفق به ارائه محصولات فناور و خدمات گوناگونی به مخاطبان‌ش در دانشگاه، صنعت و پژوهش‌های فناورانه شده است. داود خادمی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان مهم‌ترین هدف را سنجش کیفیت فرآورده‌های پلیمری با طراحی تجهیزات دانش‌بنیان عنوان کرد و گفت: یکی از نیازهای حیاتی کشور، وجود تجهیزات دانش‌بنیانی است که ضمن تولید فرآورده‌های

دوره‌ها را به صورت مجازی برگزار می‌کنیم.





## تسهیلات مصوب مشاغل خانگی جوابگوی تقاضانیست

معاون اشتغال و توسعه کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت بودجه تخصیص یافته به اشتغال و توسعه کارآفرینی استان قم در سال ۵میلیارد تومان است در حالی که تا ۱۰۰ میلیارد تومان تقاضای تسهیلات وجود دارد.

محمد بختیاری، معاون اشتغال و توسعه کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: قوانین مربوط به مشاغل خانگی از سال ۱۳۸۹ تصویب شد که مبلغ قابل توجهی نیز به هر استان اختصاص داده شده بود، اما متأسفانه هر سال از این بودجه کاسته می‌شود.

### یادداشت



## چگونه می‌توانید کسب و کارتان را به سمت تحول دیجیتال سوق دهید؟

این برنامه باید شامل رویدادهای کلیدی برای پیشرفت باشد که کسب و کار شما برای به حداکثر رساندن مزایای فناوری یا داده‌ها باید انجام دهد. در صورتی که یکی از آن مراحل کار نکرد، یک برنامه‌ریزی اضطراری نیز داشته باشید. همچنین برای دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت و پیروزی‌های سریع و آسان در راستای ایجاد و حفظ انگیزه افرادتان تلاش کنید.

### ۳. یک تیم تغییر تشکیل دهید:

شریک کردن کارکنان در فرآیند تغییر از همان مراحل ابتدایی آغاز می‌شود. مدیریت نه تنها باید نیاز به تغییر را درک کند، بلکه باید راه را در پذیرش فناوری رهبری کند. چیمای می‌گوید: «اگر رهبر تیم چنین بینشی نداشته باشد، تغییری اتفاق نمی‌افتد.»

او همچنین توصیه می‌کند که تیمی از کارمندان بانفوذ که قویاً به تحول در کسب و کار باور داشته باشند را ایجاد کنید. این تیم می‌تواند شامل کارمندان یا مدیرانی باشد که با وجود مشکلات، قادرند کارمندان حوزه فناوری و حتی کسانی که در برابر تغییر مقاومت می‌کنند را تحت تاثیر قرار دهند.

۴. با کارمندان ارتباط برقرار کنید: برای توضیح فرآیند و نحوه اعمال تغییر در تیم خود، طرح و برنامه ارتباطی ایجاد کنید، به نگرانی‌های کارمندان بپردازید و به سرعت بازخوردها را دریافت کنید. به عنوان مثال، می‌توانید پیشرفت‌های منظم و روزانه را در جلسات شرکت، در خبرنامه یا روی نمودار قرار دهید و در اتاق ناهارخوری شرکت، ارائه دهید.

### ۵. فرهنگ تغییر را حفظ کنید:

هدف، پرورش فرهنگ نوآوری مداوم و بهبود کیفیت است. چیمای می‌گوید: «بخشی از زبان و فرهنگ روزمره خود را تغییر دهید. دائماً به این فکر کنید که چگونه کارها را انجام دهید و چگونه می‌توانید آنها را بهتر از قبل انجام دهید.»

یک استراتژی مفید این است که به طور مرتب از کارکنان دعوت کنید تا ایده‌هایی برای نوآوری ارائه دهند، به عنوان مثال، با یک ایده پیشنهادی شروع کنید یا فراتر از آن ساختار فرآیند نوآوری را توسعه دهید. برای مثال، شما می‌توانید یک تیم نوآوری ایجاد کنید و به جمع‌آوری مرتب ایده‌های مرتبط با بهبود کیفیت بپردازید.

شناخت ایده‌های مناسب برای ایجاد تغییر و بساداش دادن به کارکنان خلاق به منظور تشویق و ترویج فرهنگ تغییر امری ضروری و مفید است. شما می‌توانید افکار کارکنان خود را در جریان ارتباطات داخلی محک بزنید و به آنها پاداشی از قبیل اضافه حقوق یا امتیازات دیگر هدیه بدهید. همچنین برنامه‌های تغییریه که در سازمان اجرا می‌شوند را جشن بگیرید.

به علاوه با نظارت بر شاخص‌های کلیدی عملکرد، به حفظ فرهنگ تغییر کمک کنید. از دیوارها، خبرنامه‌ها و جلسات استفاده کنید تا به طور منظم کارکنان را از KPI (شاخص‌های کلیدی عملکرد) مطلع کنید. چیمای می‌گوید: «این یک چرخه بهبود مداوم براساس داده‌هاست.»

منبع: [bdca.modirinfo](http://bdca.modirinfo)

مترجم: شیدا انصاری: تحول دیجیتال می‌تواند انگیزه‌های برای رشد فرآیندهای کسب و کار باشد، بهره‌وری را بالا ببرد و سودآوری را به سرعت افزایش دهد.

تحول دیجیتالی چیزی بیش از به دست آوردن ابزارهای جدید فناوری برای کارکنان است. این به معنای تغییر فرهنگ شرکت برای استفاده از داده و فناوری در راستای تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر، سریع‌تر و رفع نیازهای مشتری است. عنصر مهم این فرآیند، ایجاد ذهنیت نوآوری و بهبود کیفیت به طور مستمر است.

ما در جامعه‌های زندگی می‌کنیم که افراد همه چیز را سریع می‌خواهند. «چیمای» مشاور کسب و کار می‌گوید: «مصرف‌کنندگان خواستار نوآوری هستند، اما تعداد کمی از کسب و کارها فرهنگ نوآوری را دارند و باید همزمان با تغییرات سریع بازار پیش بروند. کارکنان اغلب انگیزه‌های برای ارائه ایده‌های بیشتر را به چگونگی پیشرفت کسب و کار ندارند. تحول دیجیتال درباره پروراندن چنین فرهنگ نوآورانه‌ای است.»

کارآفرینان باید این پنج مرحله را برای هدایت تحول دیجیتال و کمک به ایجاد فرهنگ نوآوری دنبال کنند:

### ۱. شرایط را برای تغییر آماده کنید:

اولین قدم در تحول دیجیتال این است که بدانید چرا این کار را انجام می‌دهید. با کارکنان کلیدی و مهم برای انجام ارزیابی درباره مشکلات کاری نشست برقرار کنید، مروری بر هر حوزه کاری داشته باشید تا نقاط قوت و ضعف کار را پیدا کنید.

آیا شرکت شما باید خدمات مشتری را توسعه دهد یا نواقص را کاهش دهد؟ آیا ارتباطات داخلی ضعیفی دارید؟ آیا کسب و کارتان از توان رقابتی کافی برخوردار است؟ آیا برای گرفتن سفارشات بیشتر تلاش می‌کنید؟

در این راستا باید سوالات زیر را از خود پرسید:

- در حال حاضر کدام مرحله کارتان در حال افت کردن است؟
- شکست در کجای حوزه کاری رخ می‌دهد؟
- آیا همه کارکنان نقش کاری خود را به خوبی درک می‌کنند؟

• جریان اطلاعات در سازمان چگونه است؟

چیمای می‌گوید: «شما همیشه می‌شنوید که اوضاع خوب است، اما اگر با دقت بیشتری نگاه کنید، اغلب نقاط ضعفی را پیدا می‌کنید که نیازمند راه حل هستند.»

همچنین نگاهی دقیق به فناوری فعلی خود، نحوه استفاده از داده‌ها و هرگونه شکاف در کارایی‌ها، منابع یا فرآیند خرید داشته باشید. پس بررسی کنید که چگونه فناوری دیجیتال و داده‌ها بهتر می‌توانند به کسب و کار شما کمک کنند. حتماً به این نکته توجه کنید که رقیب و سایر صنایع با فناوری چه کاری انجام می‌دهند.

### ۲. طرح و برنامه عملیاتی ایجاد کنید:

به عنوان بخشی از یک تحول دیجیتال، باید تحقیق کنید که چگونه فناوری و داده‌ها بهتر می‌توانند در هر زمینه از کسب و کار کمک کنند.

برای اجرای راه حل فناورانه، یک برنامه عملی شفاف ایجاد کنید.



## شرکت سرمایه‌گذار اوپو و ریلمی منصوب شد

حاضر ماجرا بسیار پیچیده‌تر از حد تصور است و به همین دلیل نمی‌توانیم جواب واضحی برای این سؤال ارائه دهیم. پیت لای از زمان بنیان‌گذاری وان پلاس، مدیرعامل این شرکت بوده است. به علاوه مدیرعاملی وان پلاس، تنها سِمَت رسمی پیت لای به حساب می‌آید و این نخستین باری است که او شغل دیگری را به صورت هم‌زمان با شغلش در وان پلاس آغاز می‌کند. افزایش وظایف پیت لای می‌تواند در نهایت به دور شدن او از وان پلاس ختم شود؛ اتفاقی که قطعاً به این برند ضربه خواهد زد.

با همه اینها احتمال دارد که شغل جدید پیت لای به زمان چندان زیادی نیاز نداشته باشد و او همچنان بتواند مثل قبل، روی کارهای وان پلاس نظارت کند. پیش‌بینی برخی کارشناسان این است که وظیفه جدید پیت لای نمی‌تواند روی وظایف او در وان پلاس اثر منفی بگذارد. اگر این اتفاق، رنگ حقیقت به خود بگیرد، قطعاً افزایش همکاری‌ها بین وان پلاس با ریلمی و اوپو اتفاق خوبی خواهد بود. این همکاری می‌تواند انسجام بیشتری به بازار موبایل چین که به شدت سردرگم‌کننده است، ببخشد. در هر صورت گذر زمان، همه‌چیز را مشخص خواهد کرد.

پیت که پیت لای قرار است به عنوان مدیرعامل پلاس می‌خوانیم: «پیت همچنان به وظیفه‌اش می‌ماند. در همین حین، او به عنوان قائم‌مقام انتخاب شده و در فرآیند تولید و برنامه‌ریزی OPLUS شرکت سرمایه‌گذاری مرموزی است که چند ماه پیش بود که پیت لای در مصاحبه با اعلام کرد OPLUS سرمایه‌گذاری ویژه‌ای در این موضوع خبر نداشتیم. در نظر داشته‌ایم، وان مالک اصلی سه برند یادشده به همراه لای می‌گوید OPLUS هیچ‌گونه ارتباطی به بودجه‌های وان پلاس و شرکت‌های ریلمی و ریلمی مشخص نیست.

OPLUS اتفاق خوبی است یا خیر؟ در حال

## همکاری‌های بین‌المللی علوم شناختی رو به گسترش است

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان متولی و سیاست‌گذار در این حوزه، نقش ارزنده و سازنده‌ای را برای ترویج و ارتقای دانش علوم شناختی در سطح کشور و بسط همکاری‌های بین‌المللی ایفا می‌کند.

بیان کرد: این همایش در راستای اهداف و سیاست‌های این ستاد برای توسعه و گسترش دانش علوم شناختی و بهره‌گیری از دانش یافته‌های علمی محققان و متخصصان داخلی و بین‌المللی و تقویت زبان مشترک در حوزه علوم شناختی برگزار شد.

خسروآبادی همچنین افزود: در این همایش اهداف و سیاست‌های ستاد توسعه علوم شناختی در زمینه اجرای طرح‌های تحقیقاتی و طراحی و ساخت محصولات، ابزارها و تجهیزات موردنیاز محققان در حوزه علوم شناختی در قالب پنل‌های تخصصی معرفی و ارائه شد.

به گفته وی، این رویداد در طول چهار روز برگزاری با استقبال گسترده اساتید، محققان، پژوهشگران، دانشجویان و علاقه‌مندان به فعالیت در حوزه‌های علوم شناختی روبه‌رو شد.

دبیر علمی هشتمین همایش بین‌المللی علوم شناختی با تشریح نتایج و دستاوردهای این رویداد علمی گفت این همایش فرصت‌های جدیدی را برای تقویت و گسترش همکاری‌های تحقیقاتی و پژوهشی میان محققان ایرانی و دیگر کشورها فراهم می‌آورد.

رضا خسروآبادی، دبیر علمی هشتمین همایش بین‌المللی علوم شناختی بیان کرد: علاوه بر ارائه دستاوردهای جدید محققان حوزه علوم شناختی، توسعه شبکه و گسترش همکاری‌های مشترک تحقیقاتی و تقویت ارتباطات میان اساتید، متخصصان و پژوهشگران کشورمان و چندین کشور دیگر از جمله دستاوردهای این همایش بین‌المللی است.

وی ادامه داد: تقویت روابط متقابل علمی و تحقیقاتی، انتقال تجارب و یافته‌های علمی، فرصت‌های جدیدی را برای تعمیق همکاری‌های مشترک بین محققان و اساتید در حوزه‌های علوم شناختی به وجود آورده است.

دبیر این همایش با بیان اینکه ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی



## حمایت هوشمند از بازار سرمایه به معنای تزریق نقدینگی نیست

عضو شورای عالی بورس روز گذشته با تأکید بر اینکه از نظر حجم معاملات می‌توان گفت بازار به روال قبلی خود برگشته است، گفت امروز در دو ساعت اول بازار، حجم معاملات به ۲۱ هزار میلیارد تومان رسید که روند خوبی بوده است.

به گزارش سنا، سعید اسلامی درباره حمایت هوشمند از بازار سرمایه اظهار داشت: حمایت هوشمند نه به معنای تزریق نقدینگی بلکه به معنای حمایت از سیاست‌گذاری‌هاست.

وی ادامه داد: هر چقدر نقدینگی بیشتری به بازار سرمایه تزریق شود این بازار نیاز به حمایت بیشتری پیدا می‌کند و منظور از حمایت هوشمند، حمایت از سیاست‌گذاری‌ها و ساز و کارهای بازار آزاد و رفع محدودیت‌هاست.

عضو شورای عالی بورس با بیان اینکه بازار باید با ابزارهای سیاست‌گذاری‌های به موقع اداره شود، گفت: این سیاست‌ها با مداخله در بازار متفاوت است و حمایت هوشمند مفهوم نوبی دارد و حمایت در حوزه سیاست‌گذاری‌ها محسوب می‌شود.

اسلامی درباره مسئولیت دولت از دعوت گسترده مردم به بورس اظهار داشت: اساساً در همه دنیا دولت مسئولیت سرمایه‌گذاری‌ها را می‌پذیرد به همین دلیل در همه دنیا یک نهاد ناظر و قانونگذار تشکیل می‌شود که در ایران برای بازار سرمایه سازمان بورس و اوراق بهادار است که مهم‌ترین مسئولیت آن حمایت و حفاظت از سرمایه‌گذاری‌های عام است.

وی با بیان اینکه بخش بزرگی از امنیت سرمایه‌گذاری در قالب قوانین و مقررات شکل می‌گیرد، ادامه داد: بخشی از تأمین امنیت سرمایه‌گذاری همان قوانین و مقررات است. دولت به طور کلی مسئول حوزه‌هایی در بازار سرمایه است که در ادبیات ما موضوع نقدشوندگی و شفافیت از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین وظایف هستند.

عضو شورای عالی بورس تأکید کرد: سرمایه‌گذاران نباید این تصور را داشته باشند چون دولت آنها را به بورس دعوت کرده، بازار سرمایه دیگر روال طبیعی خود را از دست می‌دهد و همواره سودده خواهد بود.

عضو شورای عالی بورس تأکید کرد: سرمایه‌گذاران نباید این تصور را داشته باشند چون دولت آنها را به بورس دعوت کرده، بازار سرمایه دیگر روال طبیعی خود را از دست می‌دهد و همواره سودده خواهد بود.







۴ مزیت نوآوری برای کسب و کارها

مترجم: عاطفه جولانی

در فضای کسب و کار رقابتی امروز، نوآوری نقش مهمی را در موفقیت کسب و کارتان ایفا می‌کند. به خصوص که به تدریج مشتریان آگاه‌تر شده و خواسته‌های جدیدی دارند. کارآفرینان برای حفظ باقی کسب و کار و مقاومت در برابر چالش‌های امروز، نیاز ویژه‌ای به نوآوری دارند. نوآوری می‌تواند باعث افزایش بهره‌وری، رشد و سودآوری برای مشاغل و شرکت‌ها شود.

با این حال طبق یک نظرسنجی که توسط شرکت توسعه تجارت (BDC) از ۴۰۰۰ کارآفرین کانادایی انجام شده است، تنها یک چهارم کسب و کارهای کوچک و متوسط برنامه‌ریزی کرده‌اند که در سال ۲۰۱۶ در زمینه تحقیق و نوآوری سرمایه‌گذاری کنند! نوآوری لزوماً به معنای جهش جهانی در تمامی ابعاد کسب و کار نیست، بلکه می‌تواند به معنای پیشرفت‌های ساده در هر بخش از کسب و کاری کوچک باشد.

در ادامه به چهار مزیت که نوآوری برای کسب و کار شما به ارمغان می‌آورد، اشاره شده است:

۱- بهبود در فروش و روابط با مشتری:

عدم بهبود در محصولات و خدمات شما، می‌تواند کسب و کار شما را نسبت به روش‌های نوآورانه رقیب، در معرض از دست دادن مشتری قرار دهد.

اگر زمان و پول را در بخش نوآوری سرمایه‌گذاری کنید، مشتریان متوجه ارزش‌گذاری بیشتر شما برای آنها، خواهند شد و قدرتان شما خواهند بود که می‌تواند به معنای فروش بیشتر باشد.

شما می‌توانید با اقدامات ساده شروع کنید. مانند بررسی منظم مشتریان برای شناسایی پیشرفت‌های بالقوه محصولات و در قدم بعدی راه‌اندازی تیم نوآوری برای پیشبرد تلاش‌های خودتان.

۲- کاهش ضایعات و هزینه‌ها:

نوآوری می‌تواند به کاهش اتلاف در کسب و کار شما کمک کند. به کمک نوآوری می‌توانید به جای از دست دادن فرصت‌ها، در یک موقعیت بهتر قرار بگیرید تا بتوانید به راحتی روی اهداف بلندمدت خود تمرکز کنید.

مشتریان شرکت توسعه تجارت (BDC) توانسته‌اند این شرکت را ترغیب به تغییراتی هرچند کوچک اما اثربخش در عملکردشان کنند. این اقدامات ساده اما نوآورانه عبارتند از: «ساده‌سازی فرآیند سفارش»، «کاهش یا حذف گلوگاه‌های موجود در مراحل تولید»، «حذف ماشین‌آلات غیرضروری» و «کاهش زمان غیرمفید کارمندان».

هدف نهایی این است که به طور مداوم به دنبال راه‌هایی برای کاهش و حذف ضایعات و اتلاف‌ها باشید که این امر می‌تواند منافع زیادی را برای شرکت به همراه داشته باشد مثلاً هزینه‌های کمتر، حاشیه سود بیشتر، خدمات‌رسانی بهتر به مشتریان و افزایش قدرت رقابت. استفاده از توصیه‌های یک متخصص در امر بهره‌وری، می‌تواند در شناسایی چنین نوآوری‌هایی به شما کمک کند.

۳- تقویت موقعیت کسب و کار در بازار:

نوآوری می‌تواند به شما کمک کند که تغییرات بازار را سریع‌تر پیش‌بینی کرده و از فرصت‌ها بهتر استفاده کنید، بنابراین مجبور نخواهید شد که در برابر تغییرات، واکنش‌های ناگهانی نشان دهید، همچنین نوآوری می‌تواند برای ایجاد تمایز در برابر رقیب به شما کمک کند.

چنین ابتکاری، می‌تواند از تجزیه و تحلیل مداوم روند بازار، گوش دادن به مشتریان، تامین‌کنندگان و مشاوران و مطالعه آنچه رقیب برای شناسایی موقعیت‌ها و استفاده سریع و بهینه از آنها انجام می‌دهند، نشأت بگیرد.

گاهی به آنچه که در صنعت شما در کشورهای دیگر در حال رخ دادن است، نگاه کنید. با مطالعه عملکرد شرکت‌های پیشرو در کشورهای دیگر، می‌توانید ایده‌های تازه‌ای را برای کسب و کار خود بیابید.

۴- بهبود در روابط کارکنان:

وجود محل کار نوآورانه، برای کارکنان هیجان‌انگیز و الهام‌بخش است. تمایل شرکت برای تبدیل شدن به رهبر صنعت، گردش‌های مالی بهبود یافته و کاهش داده و باعث افزایش بهره‌وری می‌شود. این امر به نوبه خود می‌تواند منجر به موفقیت بیشتر شرکت در بحث نوآوری شود.

کارمندان اغلب بهترین منبع ایده در شرکت‌ها هستند. حتماً به آنها گوش دهید. از آنها در مورد نوآوری در تمام بخش‌های کسب و کار، از جمله بهبود محصولات، بازاریابی و کارایی نظرخواهی کنید. آنها می‌توانند بینش‌های ارزشمندی در مورد روش‌های نوآورانه ارائه دهند و در نهایت از اینکه نظر آنها برای شما مهم است، قدرتان را خواهند بود.

منبع: [bdc.ca/modirinfo](http://bdc.ca/modirinfo)



می‌تواند به صورت دورکاری وظایف خود را انجام دهند. در این راستا طرح جالب دیگر آنها این است که در صورت بهبود شرایط و فراهم شدن امکان سفر، شرایط آن برای تمامی کارمندان مهیا خواهد شد تا بهتر بتوانند این شرایط سخت را فراموش کرده و مهربانی ادامه کار خود به شیوه سابق باشند، با این حال مدیران این شرکت به این موضوع نیز تاکید داشته‌اند که در تلاش برای دائمی کردن این زمان بوده و از شرایط لازم برای دورکاری ۹۰ درصدی، برخوردار هستند.

۶- فیس‌بوک

دیگر شبکه اجتماعی آمریکایی اعلام کرده است که حداقل تا پایان سال، تمامی کارمندان به صورت دورکاری به فعالیت خود ادامه خواهند داد، با این حال در صورت تداوم شرایط بد حال حاضر، ممکن است این زمان به مراتب طولانی‌تر شود. در کنار این مسئله مالک این برند آقای مارک زاکربریگ تاکید کرده است که تمامی تلاش آنها برای ایجاد امکان دورکاری برای همیشه خواهد بود. این امر اگرچه برای برخی از بخش‌ها کاملاً امکان‌پذیر است، با این حال امکان آن برای تمامی کارمندان، یک چالش جدی محسوب می‌شود.

۷- آمازون

اگرچه ویروس کرونا منجر به ایجاد شرایطی سخت برای اکثر کسب و کارها شده است، با این حال این موضوع برای آمازون کاملاً متفاوت بوده و این برند بالاترین میزان رشد را در این زمان سپری کرده است. این امر در حالی است که به غیر از بخش انبارداری، تقریباً تمامی کارمندان به صورت دورکاری فعالیت می‌کنند. در این راستا هشت ژانویه سال آینده، حداقل زمانی است که برای تداوم این شرایط تعیین شده است. در کنار تمامی آمارهای فوق‌العاده این شرکت، نباید از اعتراض برخی از کارمندان بخش انبارداری در سراسر جهان نیز غافل شد. در واقع به عقیده بسیاری این حجم از موفقیت در ازای به خطر انداختن جدی سلامت کارمندان به دست آمده است. در این راستا آمازون در تلاش است که با استفاده بیشتر از ربات‌ها، امکان دورکاری برای کارمندان بخش انبار و تحویل کالا را نیز مهیا نماید، با این حال این امر به معنای عدم نیاز به تعداد زیادی از کارمندان حال حاضر در این دو بخش خواهد بود که خود منجر به بیکاری گسترده خواهد شد. در این رابطه فراموش نکنید که آمازون در شرایط بحران کرونا، بالاترین میزان استخدام را به ثبت رسانده است که خود دارای نتایج سودمندی برای زندگی افراد و جلوگیری از مواجه شدن با مشکلات سخت مالی، شده است.

۸- اسپاتیفای

بزرگ‌ترین سرویس پخش موسیقی در جهان اعلام کرده است که تمامی کارمندان تا پایان سال جاری می‌توانند به دورکاری بدون کاهش درآمد، ادامه دهند. در این راستا گام بعدی بازگشایی دفاتر با توجه به آمار کشورها خواهد بود که به معنای یک بازگشایی همگانی نبوده و اقدامی کاملاً هوشمندانه محسوب می‌شود.

منبع: [entrepreneur.com](http://entrepreneur.com)

دورکاری را مهیا کرده است. در این رابطه ذکر این نکته ضروری است که آمریکا، بالاترین میزان ابتلا به این ویروس را در مقایسه با سایر کشورهای جهان دارد. زمان اولیه برای تداوم این طرح، ژانویه سال ۲۰۲۱ تعیین شده است.

۲- گوگل

گوگل طی ۱۰ سال اخیر، همواره جزو برندهایی بوده است که فرهنگ کاری آن مورد ستایش قرار گرفته شده است. در این راستا امکان دورکاری تا جولای امسال برای تمامی کارمندان تعیین شده است. در واقع کوتاه بودن این مدت در مقایسه با برند مایکروسافت به این خاطر است که در حال حاضر حتی کارمندانی که نیاز به حضور فیزیکی آنها بسیار مهم بوده و شرایط دورکاری بسیار سخت است نیز به اجبار در حال انجام کارها به این شیوه هستند. به همین خاطر بسیار مهم است که با بهبود اوضاع، این دسته از افراد سریعاً به شرکت بازگردند. با این حال سایر کارمندان در این تاریخ می‌توانند به صورت آزادانه شیوه کاری مورد علاقه خود را انتخاب نمایند. این حق انتخاب، با واکنش مثبت بسیاری از تحلیلگران مواجه بوده است. ذکر این نکته ضروری است که دفتر مرکزی گوگل نیز در آمریکا قرار دارد.

۳- اوپو

بزرگ‌ترین سرویس تاکسی اینترنتی جهان اعلام کرده است که تمامی کارمندان به غیر از راننده‌ها می‌توانند تا اگوست سال آینده به صورت دورکاری فعالیت نمایند. نکته جالب دیگر این است که افزایش حقوق نیز صورت گرفته است تا افراد بتوانند بهتر در این زمان سخت که بدون شک فشار مالی به همراه داشته است، اوضاع را مدیریت نمایند. همچنین قرار است که پس از پایان این زمان، طرح‌های تشویقی در نظر گرفته شود تا افراد همچنان به این شیوه به کار خود ادامه دهند. نکته جالب دیگر این است که میزان رانندگی افراد در این شیوه کاری، بهبودهایی را داشته است. علت این امر نیز به خاطر آزادی افراد در زمان است. در واقع نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که زمان کاری مشخص، تنها باعث خواهد شد تا افراد به صورت میانگین بیش از یک ساعت از زمان خود را بدون انجام کاری مشخص و مفید سپری نمایند. همچنین عدم نیاز به حضور در شرکت در زمانی مشخص باعث خواهد شد تا از خستگی ناشی از مسافت رسیدن به محل شرکت نیز مواجه نشوند.

۴- رویترز

رویترز را باید یکی از پنج خبرگزاری برتر جهان تلقی نمود. در این راستا مدیران این برند اعلام کرده‌اند که تمامی کارمندان می‌توانند درست به مانند تاریخ تعیین شده از سوی برند مایکروسافت، تا ژانویه سال آینده به دورکاری خود ادامه دهند. در این راستا به نظر می‌رسد که هدف بعدی این خبرگزاری، رسیدن به آمار ۶۰ درصد دورکاری باشد.

۵- توییتر

تا پایان سال ۲۰۲۰، تمامی کارمندان شبکه اجتماعی توییتر

به قلم: جویی هادن نویسنده حوزه کسب و کار

مترجم: امیر آل‌علی

ویروس کرونا را باید مشکل اصلی حال حاضر تمامی نقاط جهان تلقی نمود. در این راستا برندها برای تداوم اقدامات خود، به یک شیوه دورکاری تمرکز پیدا کرده‌اند که تا قبل در مقایسه با روش کار معمول، ایداً مورد استفاده گسترده قرار نمی‌گرفت. در واقع این امر را باید مزیت این بیماری همه‌گیر تلقی کرد که باعث شده است تا جهان در سطحی قرار گیرد که برای تحقق آن حداقل به چهار سال زمان نیاز بود. در این راستا دو مدل برند وجود دارد، آنهایی که برای مدتی کاملاً مشخص این شیوه را انتخاب کرده و حتی در حال حاضر برخی از آنها اقدام به بازگشایی مجدد دفاتر کاری خود کرده‌اند و آنهایی که این سیاست را برای مدتی طولانی انتخاب کرده و هدف ما در این مقاله هستیم. در واقع این دسته از برندها، پس از مشاهده نتایج بسیار خوب این شیوه کاری، به این فکر افتاده‌اند که حتی برای همیشه بخش اعظمی از قسمت‌های شرکت را به صورت دورکاری ادامه دهند. با این حال در راستای اطمینان از مناسب بودن همه چیز، آنها یک حداقل زمان را نیز تعیین کرده‌اند که به بیش از یک سال دیگر اشاره دارد. بدون شک آگاهی نسبت به این برندها از دو منظر بسیار مهم است. نخست آنکه به ایده‌ای برای سایر مدیران تبدیل خواهد شد و دیگری آنکه در زمینه استخدام برای بسیاری از افراد آگاهی در این زمینه در سرنوشت شغلی آنها تاثیرگذار خواهد بود. علت این امر نیز مدیران به این خاطر است که هنوز هم تعداد زیادی از کارآفرین‌ها و مدیران سراسر جهان تصور می‌کنند که این شیوه صرفاً برای شرایط بحرانی نظیر ویروس کرونا بوده و دلیلی برای ادامه دادن آن در دوران پساکرونا وجود ندارد. با این حال مزیت‌های این امر به قدری زیاد است که توصیه ما به همه برندها این است که تمامی بخش‌هایی را که چنین قابلیت دارند، به این شکل مدیریت نمایند. در این راستا مزیت‌های اصلی هم متوجه شرکت و هم متوجه کارمندان است. در واقع عدم نیاز به حضور فیزیکی کارمندان، باعث خواهد شد تا شرکت به فضای کمتری نیاز داشته باشد و در بسیاری هزینه‌های روزمره نظیر انرژی و ابزارهای کاری، صرفه‌جویی شود. در کنار این موضوع، کارمندان نیز به علت عدم نیاز به خارج شدن از خانه، با حذف هزینه رفت و آمد به شرکت و رسیدگی بهتر به بعد زندگی شخصی، مواجه خواهند بود. همچنین در دورکاری دیگر فاصله و محل زندگی افراد مهم نبوده و حتی می‌توان از کارمندانی از سایر کشورها نیز استفاده کرد که یک مزیت فوق‌العاده محسوب می‌شود. در این راستا قصد داریم تا هشت برند برتری را معرفی نماییم که از این شیوه برای مدتی طولانی استفاده خواهند کرد و اخبارها حاکی از آن است در صورت مناسب بودن نتایج و تطابق آنها با انتشارات، این شیوه برای همیشه تداوم پیدا خواهد کرد.

۱- مایکروسافت

مایکروسافت برای تمامی کارمندان دفتر مرکزی در واشنگتن، امکان



# الگوی «فتوتی»؛ الگوی ایرانیزه از توسعه کار آفرینی



الگوی کارآفرینی «فتوتی» که با واکاوای یک مکتب سنتی ایرانی اسلامی به نام «فتوت» و پیوند آن با کارآفرینی مطرح شده است، نسبت به الگوهای غربی مطرح در کشور، با شرایط بومی ما برای توسعه سازگارتر است. مفاهیم این الگو در فرهنگ بومی ایران حاوی مقوله‌هایی چون دگرخواهی، اشتغال‌زایی، خلاقیت و مقدم شمردن منافع جمع بر منافع فرد به شمار می‌رود.

به گزارش گروه اطلاع‌رسانی ایرنا، بحران بیکاری و نیاز به اشتغال فراگیر در جامعه جوان ایرانی لزوم توجه و به کارگیری مفهوم کارآفرینی را بیش از هر زمان دیگری نمایان ساخته است و به اجرایی شدن آن دلالت دارد. «یوزف آلوئیس شومپیتر» اقتصاددان اتریشی-آمریکایی که از او به عنوان پدر کارآفرینی یاد می‌شود واژه «نوآوری» را به کارآفرینی پیوند می‌دهد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی را انجام دادن کارهای جدید یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری می‌داند. از نظر او نوآوری در هر یک از زمینه‌های «ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری جدید، یافتن منابع جدید، ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت» کارآفرینی محسوب می‌شود.

کارآفرین علاوه بر نبوغ و نوآوری باید خصیصه‌های دیگری همچون ابتکار عمل داشته باشد و یک ایده تغییر یا یک مفهوم بالقوه جدید را که می‌تواند در بازار شلوغ موفق شود، ارائه دهد. سرمایه‌گذاران بیشتر اوقات به سرمایه‌گذاری در ایده‌ها و مفاهیمی تمایل دارند که احساس می‌کنند بازده کافی برای سرمایه و سرمایه‌گذاری خود را ایجاد می‌کنند و از این‌رو، کارآفرین نیاز به یک ایده ابتکاری برای سرمایه‌گذاری جدید دارد. کارآفرینان اهل ریسک پرخر نمی‌کنند، اما اهل ریسک حساب‌شده هستند. نتایج فعالیت‌های آنها ممکن است در بلندمدت مشخص شود یا اهدافشان در نگاه دیگران غیرممکن به نظر بیاید اما کارآفرینان، موقعیت‌ها را از یک دیدگاه متفاوت می‌بینند و باور دارند که اهداف آنها واقع بینانه و دست‌یافتنی است. آنان نقاط را در محدوده‌ای که دانش کارآفرینان قابل بهره‌برداری است، فرصت‌یابی می‌کنند. پیش‌زمینه‌ها و تجربیات، هر یک احتمال موفقیت آنها را افزایش می‌دهد.

پژوهشگر گروه اطلاع‌رسانی ایرنا به منظور بررسی و واکاوای بیشتر مفهوم کارآفرینی و پیداکردن راه حل‌های برون‌رفت از بحران بیکاری در کشور با «کاوای فرهنگی» پژوهشگر حوزه کارآفرینی و عضو هیأت علمی دانشگاه به گفت و گو پرداخته است.

## مفهوم کارآفرینی در ایران

ما در بدو تولد پدیده کارآفرینی در سرزمین‌مان دچار اشتباهی بزرگ شدیم و از این رو با مقوله‌ای ناشناخته مواجهیم که هویتش با ظاهرش تفاوتی آشکار داشت. چنین پدیده‌ای در مسیر رشدش نیز توفیق چندانی نخواهد یافت مگر با بازسازی نگاه و اندیشه درباره آن. ما می‌توانیم بنا بر اصل تبدیل کردن تهدید به فرصت از ظرفیت یک مکتب کمرنگ شده و پیوند آن با کارآفرینی در معنای حقیقی مسیری بسازیم که با شرایط بومی و فرهنگ ایرانی سازگار باشد و در واقع یک مسیر ایرانیزه شده ایجاد کنیم.

### ژاپن؛ نمونه عملی و کاربردی توسعه و پیشرفت

بهترین نمونه از نظر قرابت فرهنگی ژاپن را می‌توان نام برد. به نظر ژاپنی‌ها توانستند در یک عمل هوشمندانه در مواجهه با غرب مفاهیم سنتی خویش را در زندگی و فرهنگ امروزه زنده نگه دارند و هر چند که نام بسیاری از آنها کمرنگ شده است، اما شیوه و روش آنها در شکل‌های جدیدی در اخلاق مردم گویی ساخته شده و توانسته است ژاپن را در مسیر پیشرفت یاری کند. کاری که این کشور در طول سال‌های توسعه در دوران میجی (دورانی ۴۵ ساله از تاریخ ژاپن که در واقع سرآغاز بیداری ژاپن قرون وسطا به شمار می‌آید) و حتی پیش از آن در رویارویی با هر پدیده‌ای که از غرب می‌گرفت، انجام می‌داد می‌توان بهترین الگو برای توسعه و پیشرفت کشورهای در حال توسعه باشد. امروز به ادعای بیشتر ناظران ژاپن کشوری توسعه یافته است که باورهای سنتی‌اش را به شدت حفظ کرده است و به معنای دقیق‌تر بیان می‌کند که سنت و صنعت نه تنها در مقابل هم نیستند بلکه مکمل یکدیگر نیز به شمار می‌روند.

### الگوی کارآفرینی فتوتی؛ الگوی ایرانیزه از توسعه کارآفرینی

لازم به توضیح است که سخن ما این نیست که محور تقلید را از غرب به شرق تغییر دهیم بلکه می‌خواهیم بگوییم ما باید ایرانی مسیر توسعه را بسازیم از غرب و شرق بیاموزیم، اما از آنها تقلید نکنیم به این دلیل ما با واکاوای یک مکتب سنتی ایرانی اسلامی به نام «فتوت» و پیوند آن با کارآفرینی قصد داشتیم که برداشت ایرانی شده از کارآفرینی را بسازیم که ممکن است از مفهوم غربی آن بسیار متفاوت باشد اما با شرایط بومی ما برای توسعه سازگارتر است. این مفاهیم در فرهنگ بومی ایران حاوی مفاهیمی چون دگرخواهی، اشتغال‌زایی، خلاقیت و مقدم شمردن منافع جمع بر منافع فرد به شمار می‌رود.

## شاخصه‌های الگوی کارآفرینی فتوتی

مقصود ما به طور کلی از «کارآفرین فتوتی»، عاشق‌بیشه‌ای محسوب می‌شود که حاضر است با فداکاری‌های بسیار و از آن جمله فداکاری مالی، تحمل زیان و ضرر اقتصادی، تاب تحمل شدید و نیت‌های بسیار گسترده‌تر از نفع شخصی، همچون پیشبرد نیت‌های خیرخواهانه وطن‌پرستانه، مذهبی و مسلکی به ایجاد کار، شغل، رونق اقتصادی و درآمدزایی جمعی دست بزند. این تصور در فرهنگ ایرانی تنها آرمان‌گرایانه نیست. فرهنگ مشارکتی ایرانیان بسستر لازم فرهنگی و ضرورت‌های اجتماعی، تاریخی و جغرافیایی ایران سبب شده است که تاریخ ما شاهد چنین تجربیاتی در قرون گذشته و اکنون باشد و این روحیه جمع‌گرایی و جوانمردی را در اصناف شهری، روستایی و ایلی ایران در قرون اولیه اسلامی و فتوت‌نامه‌های صنفی آنان (اساس‌نامه‌ها و مرام‌نامه‌های صنفی خود پذیرفته و خود تضمین‌کننده) می‌توان مشاهده کرد.

### نمونه کارآفرینی فتوتی در ایران

نمونه مشهور یک خانواده کارآفرین فتوتی خانواده صنعتی‌زاده کرمانی است. «شیخ علی اکبر» پرورشگاه صنعتی‌زاده کرمان را بنیان گذارد که این مکان برای یتیمان کرمان کارخانه آدم‌سازی، کارآموزی و آینده‌سازی بوده است و نوه‌اش «همایون صنعتی‌زاده» که کارخانه گلاب زهرا حاصل دسترنج او محسوب می‌شود که برای کشاورزان کرمانی کارساز و درآمدساز شده است. حاج اکبر در تمام حرکات اجتماعی کرمان پیشرو و صاحب نظر بود. او یک پراگماتیسم (عملگرا) به شمار می‌رفت و عقیده داشت که همه نظریات فلسفی و اجتماعی باید به کار منجر شود.

### چگونگی مدیریت در ژاپن و نحوه تعامل با کارمند و کارگر

شاید بسیاری با استفاده از واژه «مدارانه» در روش مدیریت ژاپنی که به طور سنتی باید به آن مدیریت پدرانه اطلاق کرد، موافق نباشند، اما واقعیت این است که کاربری این واژه در ارتباط با مهر و عاطفه مادری ارزیابی می‌شود که یک لحظه از یاد فرزندانش غافل نمی‌ماند. شرکت‌های ژاپنی را به مثابه خانواده‌ای بزرگ باید در نظر آورد که ایفای نقش مدیریت به عهده انسانی دلسوز و خیراندیش است که کارگران را همچون فرزندانش دوست دارد و آنها نیز تابع او هستند. به عبارتی حد اعلا توجه را تنها در عاطفه مادری می‌توان درک کرد و اطلاق «مدیریت مدارانه» برای رساندن آن معناست. از آنجا که این روش بسر پایه‌های اطمینان، وفاداری، پشتیبانی و اختیار قرار دارد، از این رو مدیریت ژاپن با شناخت نیازهای کارکنان، احتیاجات رو به

رشد خانواده آنها، حمایت از آنان در برابر اخراج و افزایش با قاعده حقوق‌شان، نقش خود را به کمال ایفا می‌کند.

«موریتسا آکیو» از کارآفرینان و مدیران موفق ژاپنی می‌گوید: «در روابط کارگری ژاپن نوعی برابری وجود دارد که در جاهای دیگر نیست. در کارخانه «سونی» میان کارگران ماهر و غیرماهر تمایز اندکی مشاهده می‌شود و اگر فردی به سمت رهبر اتحادیه ارتقا یابد، ما نسبت به او علاقه‌مند می‌شویم زیرا این گونه اشخاص افرادی هستند که می‌توانند دیگران را متقاعد کنند و وادار سازند که با آنان همکاری کنند و ما در جست‌وجوی چنین اشخاصی برای رده‌های مدیریتی هستیم. مدیریت، دیکتاتوری نیست. مدیریت بالای شرکت باید دارای استعدادی باشد که با هدایت کردن مردم، آنان را اداره کند. ما به طور مرتب در جست‌وجوی اشخاص مستعد با چنین کیفیت‌هایی هستیم که بیشتر به دلیل نداشتن تحصیلات لازم، یا به دلیل کوتاه فکری‌شان، آنان را غیرقابل قبول تشخیص می‌دهیم. در شرکت‌های ما روحیه تخصص و ته‌چام بسیار اندک است و رو در روی دیگری ایستادن امکان ندارد.»

### مقایسه نگاه مدیریتی ژاپنی و آمریکایی

البته تردیدی نیست که تفکر مدیریت ژاپنی و آمریکایی ویژگی‌های مشترک بسیاری دارند اما از آنجا که موضوع بحث ما مسیر متفاوتی به شمار می‌رود که ژاپن رقم زده است به طور طبیعی بحث از اشتراکات مسیر کمکی به ما نمی‌کند. به نظر تفاوت نگاه ژاپن با غرب امری روشن و پیشرفت این کشور نیز غیرقابل انکار است، شاید بهترین جمله برای پایان این بحث و بیان تفاوت‌های عمیق این باشد که تفاوت‌های شرکت‌های ژاپنی و آمریکایی از تفاوت‌های فرهنگی فراتر می‌رود. اگر شما از یک مدیر عامل ژاپنی بپرسید که «مهمترین مسئولیت شما چیست»، او بی‌شک خواهد گفت که اشتغال دائم و بهبود سطح زندگی کارگران در صدر کارها قرار دارد. برای انجام دادن این کار، شرکت باید سود داشته باشد. کسب سود هرگز در اولویت کارها قرار نمی‌گیرد. تا آنجا که من می‌دانم بیشتر مدیران تجاری در آمریکا بالاترین اولویت را به سود سالانه یا درآمد سرمایه‌گذاران می‌دهند، آنان دارای چنین مسئولیتی هستند، چون این مهم را سرمایه‌گذاران برعهده آنان گذاشته‌اند و برای اینکه سر کار خود بمانند، مجبورند آنان را راضی نگه دارند. این خود یکی از تفاوت‌های عمده رویکردهای متفاوت شرقی و غربی در مواجهه با کارگر و سود عایدی شرکت است حال ما باید بینیم با اشتراکات فرهنگی با شرقی‌ها چگونه می‌توانیم این مسیر و فرآیند توسعه و پیشرفت را ایرانیزه و به کار بندیم.

# چگونه برای یک شغل درخواست دهیم؟



اولین قدم در جهت گرفتن شغل، موفقیت آمیز بودن در فرآیند درخواست است. اگرچه هیچ فرمول مشخصی برای انجام این کار وجود ندارد، شما می‌توانید با انجام کمی تحقیقات و تنظیم رزومه خود برای مطابقت با موقعیت شغلی، بهترین شانس را برای گرفتن آن شغل به دست آورید.

## مرحله اول: وارد شدن

۱. تصمیم بگیرید که چه شغلی را می‌خواهید. به منظور ساده‌سازی فرآیند درخواست کار، نیازها و خواسته‌های خود برای اشتغال را بررسی کنید. با در نظر گرفتن چند چیز می‌توانید گزینه‌های خود را محدود کنید:

- زمینه کاری را در نظر بگیرید. اینکه آیا شما از یک زمینه دیگر منتقل می‌شوید یا به دنبال حرکت جانبی هستید، مهم است که کاری را پیدا کنید که برای شما چالش برانگیز و سودمند باشد. دانستن آنچه که نمی‌خواهید انجام دهید، همان قدر مهم است که بدانید چه کاری می‌خواهید انجام می‌دهید.

- مهارت‌های مورد نیاز برای یک سمت خاص را در نظر بگیرید. زمانی که از مهارت‌های شما به خوبی مورد استفاده قرار می‌گیرد و به رسمیت شناخته می‌شود رضایت شغلی خواهید داشت. داشتن یک ایده در مورد اینکه از کدام مهارت‌های شما استفاده می‌شود و کدام مهارت توسعه می‌یابد، کلید تصمیم‌گیری در مورد یک کار ارزشمند است.

- حقوق و مزایای خود را در نظر بگیرید. در مورد حد پایین خودتان صادقانه و واقعی باشید. اگر به بیمه بهداشتی نیاز دارید و مقدار مشخصی از درآمد در هر ماه را تعیین کرده‌اید، بهتر است در محل‌هایی کار کنید که این شرایط را برآورده می‌کنند.

- ۲. تحقیق خود را انجام دهید. قبل از اینکه شروع به ارسال رزومه و نامه کنید، به شرکت‌های مورد درخواست نگاهی داشته باشید.
- احساس شخصیت و ارزش شرکت را با خواندن توضیحات شغل بررسی کنید. این اطلاعات در هنگام نوشتن نامه کتبی شما و در وضعیت مصاحبه مفید هستند.

- محصولات جدید یا خدماتی که شرکت ارائه می‌دهد را بخوانید. این اطلاعات اغلب در بخش «خبر» شرکت قرار دارند. این بخش همچنین می‌تواند منبع اطلاعاتی در مورد فعالیت‌های جامعه شرکتی باشد.
- بخش شغلی وبسایت شرکت را برای بینش بیشتر در مورد فرصت‌های شغلی مرور کنید. شما ممکن است گزینه‌های بیشتری برای استخدام در سایر ادارات یا مکان‌ها پیدا کنید.

- ۳. رزومه بنویسید. حتی اگر کار شما نیاز به ارسال یک رزومه سنتی نداشته باشد، داشتن رزومه‌ای بروز بسیار توصیه می‌شود. رزومه نه تنها مدارک تحصیلی و کار شما را مشخص می‌کند، بلکه می‌تواند به پروژه‌های خاصی که در آن کار انجام داده‌اید یا جوایزی که کسب

کرده‌اید اشاره کنید. اطلاعات مربوط به رزومه شما شامل موارد زیر می‌شود:

- اطلاعات تماس فعلی شما، از جمله نام کامل، شماره تلفن، آدرس پستی و آدرس ایمیل.

- پس‌زمینه آموزشی شما. لیست دانشکده‌هایی که در آن تحصیل کرده‌اید (از ابتدا تا تازه‌ترین‌ها)، سال تحصیل و هر مدرک یا گواهی که کسب کرده‌اید را لیست کنید. شما ممکن است بخواهید دوره تحصیل خود را نیز یادداشت کنید.

- سابقه کار خود برای چند سال گذشته. قانون غیررسمی می‌گوید هر صفحه رزومه برای هر ۱۰ سال تجربه است. توجه داشته باشید که شکاف‌های زیاد در اشتغال و یا مشاغل متعدد در زمان کوتاه، چیزی است که ممکن است در طول مصاحبه از شما در مورد آن سؤال شود. اطمینان حاصل کنید که تاریخ استخدام، نام شرکت، سمت شما و شرح مختصری از فعالیت‌های خود را داشته باشید.

- مهارت‌های مربوطه. این شانس شما برای لیست تمام مهارت‌هایی است که از طریق سال‌ها به دست آورده‌اید. دانستن تجهیزات اداری، آشنایی با سیستم عامل‌های کامپیوتری، برنامه‌های نرم‌افزاری (مانند آفیس)، تایپ سریع، تجربه پایگاه داده و سایر اطلاعات مربوطه باید در رزومه شما باشند.

- ۴. برای اطلاع از روند درخواست، با کارفرما تماس بگیرید. به احتمال زیاد تماس شما به مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی هدایت می‌شود. اگر آن‌ها قصد استخدام داشته باشند، ممکن است از شما بخواهند به شرکت بروید و درخواست خود را پر کنید یا رزومه و نامه‌های خود را از طریق پست یا پست الکترونیکی ارسال کنید. اطمینان حاصل کنید که نام خود را ذکر کرده و همه ارتباط‌های آینده را براساس نام خود دنبال کنید.

- ۵. در صورت لزوم یک نامه همراه بنویسید. اطمینان حاصل کنید که مشخصاً هم برای شرکت باشد و هم کار. در صورت امکان، نامه را برای یک مخاطب خاص بنویسید. این نشان می‌دهد که شما مدت زمانی را برای تحقیق در مورد اطلاعات گذاشته‌اید و فقط به هر کارفرمایی که می‌توانید پیدا کنید، ارسال نمی‌کنید. می‌توانید در نامه خود از موضوعات زیر استفاده کنید:

- چگونه شخصیت و مأموریت شرکت با ارزش‌های شما سازگار است.
- چگونه پس‌زمینه‌تان شما را یک نقش ارزشمند برای سمت و شرکت می‌سازد.

- امیدوارید در این سمت چه چیزی به دست آورید.
- چه استعداد‌های منحصر به فردی برای این سمت به ارمان می‌آورید؟

- چه چیزی در مورد این سمت خاص به آن علاقه دارید؟

- ۶. نظر فرد (یا افراد) دیگر را بپرسید. از دوستان یا اعضای خانواده بخواهید رزومه و نامه را برای غلط‌آملائی بررسی کنند. آنها ممکن است بتوانند به چیزهایی که شما ندیدید یا مواردی که می‌توان به شکل بهتری نوشت، اشاره کنند.

- در صورت امکان، از کارکنانی که در زمینه شغلی شما کار می‌کنند مشورت بخواهید. صحبت کردن با مصاحبه‌کنندگان یا مدیران استخدام نیز سودمند است، زیرا آنها با کیفیت و معیارهایی که کارفرمایان به دنبال آن می‌گردند آشنا هستند.

- ۷. توصیه‌نامه داشته باشید. اگر چه مجبور نیستید توصیه‌نامه را به سرعت ارائه دهید، بهتر است که به دنبال گرفتن آن باشید.

- توصیه می‌شود که حداقل از سه نفر نام بگیرید. حداقل دو نفر از این مراجع باید افرادی باشند که با آنها کار کرده‌اید و می‌توانند راجع عملکرد شغلی شما صحبت کنند.

- اطمینان حاصل کنید که اطلاعات بروز شده مراجع خود، از جمله آدرس پستی و آدرس ایمیل، شماره تلفن، سمت فعلی و شرکت فعلی را داشته باشید.

- ۸. درخواست دهید. هنگامی که رزومه و نامه خود را به خوبی تنظیم کردید، زمان شروع فرآیند درخواست است. درخواست‌ها معمولاً به یکی از سه روش زیر ارائه می‌شوند:

- به صورت حضوری. یک بسته با تمام مدارک خود را به محل کار کارفرما یا قوه ببرید. توصیه می‌شود قبل از تحویل بهترین زمان برای ارائه دادن مدارک خود را بپرسید. هنگامی که وارد می‌شوید، با مدیر استخدام صحبت کنید و سعی کنید مدارک خود را به صورت شخصی به آنها بدهید. این اجازه می‌دهد تا مدیر استخدام چهره شما را به خاطر بسپارد. توصیه می‌شود که لباس حرفه‌ای بر تن داشته باشید و خودتان را به خوبی نشان دهید.

- آنلاین. برنامه‌های آنلاین متفاوت هستند - برخی ممکن است از شما بخواهند فیلم‌ها را پر کنید، در حالی که دیگران ممکن است درخواست کنند که نامه و رزومه خود را پیوست کنید. برخی از شرکت‌ها از شما می‌خواهند که مدارک خود را به بخش منابع انسانی آنها ارسال کنید. مهم است که دستورالعمل‌ها را دنبال کنید - اگر آنها از شما بخواهند رزومه خود را در قسمت ایمیل ارسال کنید، پس پیوست ارسال نکنید!

- توسط ایمیل. در صورت درخواست، اطمینان حاصل کنید که نام مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی را در تمام مکاتبات خود ذکر کنید. ۹. پیگیری. بررسی وضعیت درخواست شما، علاقه شما به شغل را نشان می‌دهد و اطمینان می‌دهد که مدارک درخواستی شما به شخص مناسب رسیده باشد. تماس گرفتن به سرعت ممکن است شما را بد جلوه دهد. برای پیگیری پیشنهادات زیر را دنبال کنید:

- به «مهلت آگهی» توجه کنید. اکثر شغل‌های ارسال شده در اینترنت مهلت مشخصی دارند. تماس با مدیر استخدام قبل از این تاریخ می‌تواند شما را بیش از حد مشتاق و ناامید نشان دهد.

- اگر مهلتی برای آگهی نبود، یک قاعده خوب این است که یک هفته پس از ارسال درخواست تماس برقرار کنید.

- زمانی که با مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی تماس می‌گیرید سعی کنید لحن ارتباط را دوستانه نگه دارید. از نظراتی مانند «با من هنوز تماس گرفته نشده است.» دوری کنید. در عوض، این سؤال‌ها را مطرح کنید «آیا هنوز تصمیمی گرفته شده است؟» یا «آیا می‌توانید کمی بیشتر در مورد چارچوب زمان استخدام به من توضیح دهید؟»

## مرحله دوم: گرفتن پیشنهاد شغلی

درخواست شما برای گرفتن پیشنهاد شغلی که می‌خواهید، فقط اولین مرحله در یک سری از مراحل به منظور اطمینان کردن پیشنهاد است. با کمی برنامه‌ریزی، پیش‌بینی و تمرین حرکت روند استخدام آسان خواهد بود!

۱. اطمینان حاصل کنید که حضور آنلاین شما تمیز است. کارفرمایان و استخدام کنندگان اغلب اینترنت را به دنبال شما می‌گردند و هر چیز منفی که ببینند می‌تواند شما را به ته لیست بازگرداند.

۲. هنگامی که در نهایت یک مصاحبه دریافت می‌کنید، مطمئن شوید که مناسب با شغل مورد نظر خود لباس می‌پوشید. لباس‌هایی که باعث احساس خوب و اعتماد به نفس می‌شوند می‌توانند بر شما در هنگام مصاحبه تأثیر مثبت بگذارند.

۳. سر وقت باشید. برای رسیدن به مصاحبه‌ها ۱۰ الی ۱۵ دقیقه پیش از زمان برنامه ریزی شده حرکت کنید تا مسائل مربوط به حمل و نقل عمومی یا ترافیک منجر به دیر رسیدن شما نشوند. این امر همچنین به شما چند دقیقه وقت اضافه برای آماده شدن و مرور یادداشت‌هایی که با خود آورده‌اید می‌دهد.

۴. در مصاحبه خود را با علاقه و مشتاق نشان دهید. مثبت بودن و صحبت در مورد شغل به صورت آگاهانه نشان می‌دهد که شما تحقیق خود را انجام داده‌اید و این امر می‌تواند امتیاز زیادی را برای شما به ارمغان بیاورد.

۵. به یادداشت‌های خود مراجعه کنید. از مصاحبه‌کننده بپرسید که آیا می‌توانید به یادداشت‌های خود نگاه کنید. یادداشت‌های شما می‌تواند به عنوان برگه تقلبی باشد که در آن دستاوردها و مهارت‌های خود را لیست کرده‌اید.

۶. رفتار مناسب از خود نشان دهید. پیگیری پس از یک مصاحبه، با یک نامه تشکر رفتار خوب شما را نشان می‌دهد و یک تصور ماندگار از شما به جا می‌گذارد.

منبع: Wikihow/ucan

